

FUNDRAISING magazin

AUSGABE
NUMMER
100

Gelebtes
Fundraising
aus fast
20 Jahren



Online-Magazin

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



Fundraising-Shop

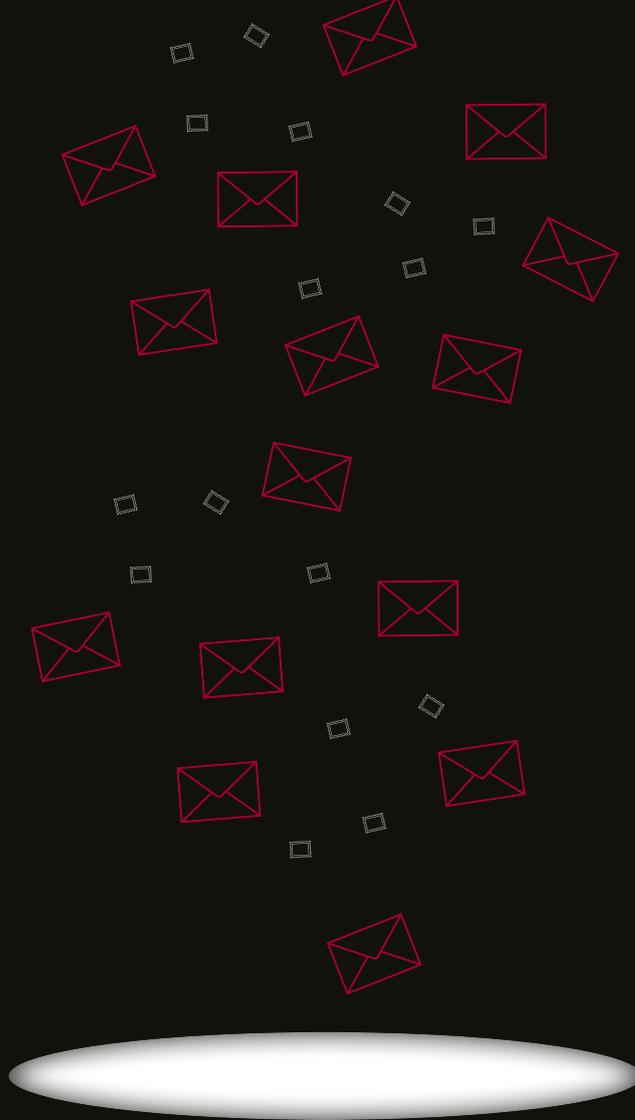
Fachbücher, Magazine und
Nützliches finden Sie unter
gutes-wissen.org



Fundraising-Jobs

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

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

Holzcamp 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



AUSGABE
NUMMER
100

Liebe Leserin, lieber Leser,

100 Ausgaben des Fundraising-Magazins – das ist schon mal ein Grund, stolz zu sein!

Am Anfang, das war im Jahr 2006, stand eine verrückte Idee: ein Fachmagazin zum Thema Sozialmarketing und Spenden für Vereine und Stiftungen in den neuen Bundesländern. Denn im Osten der Republik fiel der Begriff Fundraising in die Kategorie „Hää?“. Schnell kamen die ersten Bestellungen herein – aus dem gesamten deutschsprachigen Raum. Der Informationsbedarf zu dem Themenfeld war überall groß und ist es bis heute.

Seit dieser Zeit gab es so viele interessante und bemerkenswerte Spenden-Aktionen! Eine Auswahl aus unserem Archiv haben wir für Sie **ab Seite 26** zusammengestellt. Blättern Sie doch mal durch und schauen, woran Sie sich erinnern können.

Fakt ist, ohne Sie, liebe Leserinnen und Leser, liebe Freundinnen, Freunde, Fans, Partner-Organisationen, Sponsoren, Inserenten, Autorinnen und Autoren, Tipp-Geber und Kritiker sowie natürlich ohne unser gesamtes Team wären wir heute nicht hier. Danke für alles!

Ein dickes Dankeschön geht auch an das Druckhaus Silber Druck, das uns schon sehr lange begleitet und – quasi als Jubiläumsgeschenk – die wunderschöne Drucklackierung auf dem Cover ermöglicht hat. So ein haptisches Erlebnis gibt es eben nur mit Print.

Und bevor ich jetzt sentimental werde, arbeiten wir nach vorn! Wir wollen uns nicht auf unseren Lorbeeren ausruhen, sondern das Magazin noch besser machen und an Ihre Wünsche anpassen, wo immer es möglich ist. Dafür benötigen wir Ihre Unterstützung: Nehmen Sie sich bitte ein paar Minuten Zeit und machen Sie mit bei unserer großen Fundraising-Magazin-Umfrage.



Unter <https://umfrage.fundraising-magazin.de> können Sie direkt teilnehmen, oder Sie sehen sich den Fragebogen **ab Seite 22** an. Unter allen, die dabei sind, verlosen wir ein Wochenende in Dresden, unserem Verlagssitz, sowie Fachbücher und Gutscheine für einen Fundraisingtag.

Eine spannende Lektüre dieser besonders starken Ausgabe wünscht Ihnen Ihre

Daniela Münster

Daniela Münster,
Chefredakteurin



Für Sie

KERSTIN SCHLICK
0221. 759 19-43
kerstin.schlick@
directpunkt.de



**kommen
wir**

VERA DITTGEN
030. 88 71 74-1
vera.dittgen@
directpunkt.de



auf den

FRANK MITTELSTEDT
040. 23 78 60-0
service@
directpunkt.de



Punkt.

STEFFI SZUKA
0221. 759 19-44
steffi.szuka@
directpunkt.de

direct.

AGENTUR + LETTERSHOP

www.directpunkt.de



Thema: 100 Ausgaben gelebtes Fundraising

Bemerkenswerte Fundraising-Aktionen und Spenden-Kampagnen aus fast 20 Jahren – ab Seite 26

Projekte & Stiftungen

Jeder spendet, was er kann	48
Die „Bille“ gibt Menschen mit Einschränkungen eine Stimme: durch Schreiben	
Mitspielen, mitdenken, mitgestalten	50
Das Projekt LOOP Mobil bringt Kinderrechte mit Spaß auf den Spielplatz	
Wie finde ich die passende Stiftung?	58
Das eigene Projekt kennen, richtig einordnen und zielgenau vorstellen	

Köpfe & Karrieren

Neue Aufgaben	64
... rund ums Fundraising	
Klare Verdienst-Angaben in Jobanzeigen	68
Transparente und faire Gehaltsstrukturen – wie geht das eigentlich?	
Soft-Skills für das „Solo-Fundraising“	70
Was es braucht, um alltäglichen beruflichen Herausforderungen resilient zu begegnen	
100 Tage im neuen Job	72
Shoura Zehetner-Hashemi ist neue Geschäftsführerin von Amnesty International in Österreich	

Praxis & Erfahrung

Zutaten für erfolgreiches Online-Fundraising	84
Wie man Traffic, Spendenhöhe und Conversion steigert	
Fördermittel: Für und Wider	86
Wie kleinere Organisationen erfolgreich und sinnvoll Fördermittel akquirieren	
Künstliche Intelligenz für alle Non-Profits	90
Erkenntnisse vom ersten Microsoft Global Nonprofit Leaders Summit in Seattle	
Von einer Headline zur Kampagne	92
Die Schweizer NGO Fragile Suisse hat ihren Namen wörtlich genommen	
Ohne klaren Zweck kaum Großspenden	94
Wie Organisationen den Case for Support finden und formulieren	
Aktive Beziehungsarbeit zahlt sich aus	96
Großspenden-Fundraising ist die Kunst der kleinen Schritte	
Open-Agenda: die kollektive Innovation	106
Agile Austauschformate wie Barcamps sind ein Katalysator für Veränderung	

Fundraising-Magazin-Umfrage

Große Umfrage zur Qualität des Magazins	22
Wie Sie teilnehmen und was Sie gewinnen können	

Noch kein Abo?

Schnell bestellt im Internet:
abo.fundraising-magazin.de

Menschen



Luise Lange-Letellier

... ist bei Correctiv für Fundraising und Kommunikation im Einsatz 16



Maik Meid

... der Fundraising-Media-Experte im Interview über KI und Bilder 52



Shoura Zehetner-Hashemi

... ist 100 Tage im neuen Fundraising-Job 72



Eva Wieners

... hat unseren beliebten Fundraising-Fragebogen ausgefüllt 110

Aktuell

„Raus aus der Reichensuppe“ 20

Marlene Engelhorn bringt 25 Mio. Euro ihres Vermögens in die Zivilgesellschaft

Meinungen

Persönliche Gedanken 14
von **Gregor Nilsson:**

„Das machen wir selbst, dann kostet es nichts“

Kommentare aus der Redaktion

von Matthias Daberstiel 6
von Rico Stehfest 46
von Ute Nitzsche 56

Rubriken

Schöner scheitern 13
Branche 74
Dienstleisterverzeichnis 76
Fundraising-Kalender..... 100
Bildung 102
Fach- und Sachbücher 108
Wissen testen & gewinnen 112
Das Letzte 114
Impressum 114

Autor:innen

... dieser Ausgabe:

Jana Bauer, Anita Baumgartner, Bernhard Csengel, Matthias Daberstiel, Rabea Ganz, Marion Gerlach-Goldfuß, Dr. Marita Haibach, Katharina Holzner, Kurt Manus, Nikolai Miron, Daniela Münster, Gregor Nilsson, Ute Nitzsche, Kim Reuscher, Dirk Richter, Karin Sommer, Rico Stehfest, Karsten Timmer, Dr. Dirk Tröndle, Jan Uekermann, Prof. Dr. Michael Urselmann

Noch mehr lesen Sie in unserem

Online-Magazin unter web.fundraising-magazin.de



Es gibt viele bunte Vögel da draußen ...

Welcher passt zu Ihnen?



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

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

van Acken: Profi in Sachen Druckerei und Verlag

Lernen Sie unsere „Vögel“ kennen.

Wir freuen uns auf Sie!



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

Zahlen & Fakten

Politische Präferenzen und Spenden

Höhe der Durchschnittsspende pro Person (in €) 2023 Anteil der Spendenden unter Wählern der Partei (in %)

170,-	Bevölkerung	49
175,-	CDU/CSU	55
175,-	SPD	58
197,-	B90/Grüne	61
196,-	FDP	43
175,-	Linke	48
118,-	AfD	36
103,-	Nichtwähler	26

Das Spendenverhalten unterscheidet sich auch nach Wahlpräferenz. Dies geht aus dem Deutschen Spendenmonitor, der jährlich durch Bonsai Research im Auftrag des Deutschen Fundraising-Verbandes 5000 Menschen zwischen 16 und 70 Jahren in Deutschland befragt, hervor. Danach spenden Grünen-Wähler am meisten, AfD-Wähler am wenigsten. Hierbei geht es ausdrücklich um Spenden an gemeinnützige Organisationen, nicht um Parteispenden. AfD-Wähler stimmen auch mehrheitlich (58,8 %) der Aussage zu, dass es in einem funktionierenden Staat, der seine Aufgaben vollumfänglich erledigt, keine Spenden bräuchte. [► www.dfrv.de](http://www.dfrv.de)

Und sonst so ...

Speed-Dating für Hunde braucht Spenden

Nicht nur Hunde treffen sich gern im Park. Das tun auch Menschen gern. Nicht immer ist es schön, wenn Hund und Mensch dabei unvermittelt aufeinandertreffen – doch das geht auch ganz zivilisiert. Die Initiative Bark-Date aus Köln will Vermittlungstreffen zwischen Hunden aus Tierheimen und Menschen, die gern einen Hund hätten, organisieren. Ganz zwanglos sollen diese Treffen, die es schon mehrmals gab, im Stadtwald ablaufen. Allerdings ächzen die Initiatoren unter den damit verbundenen Kosten. Auf der Plattform gofundme wollten sie deshalb 5000 Euro einsammeln.

[► www.barkdate.com](http://www.barkdate.com)

MEINE MEINUNG

„Das Zuwendungsempfängerregister gehört abgeschaltet!“

Ein Kommentar von MATTHIAS DABERSTIEL



Mehr Transparenz bei gemeinnützigen Organisationen hatte sich die Bundesregierung auf die Fahnen geschrieben. Leisten

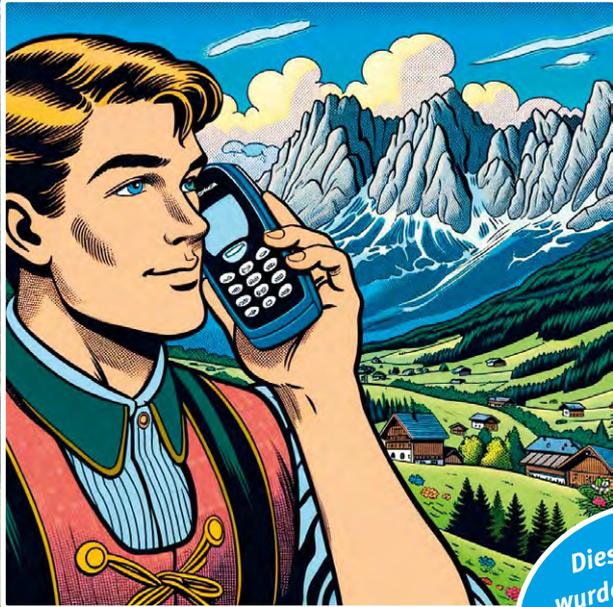
soll das ein Zuwendungsempfängerregister, das alle gemeinnützig anerkannten Organisationen Deutschlands enthält. Basis der Daten sind dabei die regionalen Finanzämter der einzelnen Bundesländer. Denn diese bescheinigen in Deutschland die Gemeinnützigkeit. Nicht etwa eine zentrale Behörde. Das Ergebnis dieser offenbar sehr unterschiedlichen Dateneinspeisung ist eine kaum durchsuchbare und komplett unvollständige Online-Datenbank.

Selbst die Presseabteilung des registerführenden Bundeszentralamts für Steuern (BZSt) fühlte sich bemüßigt mitzuteilen, dass fehlende Organisationen und unvollständige Daten nichts über den Status der Gemeinnützigkeit der Organisation aussagen. Doch genau das soll das Register doch leisten!

Ziel des Zuwendungsempfängerregisters war es, das Vertrauen der Deutschen in den Dritten Sektor und die Spendenbereitschaft zu stärken. Doch dafür braucht es korrekte, vollständige Daten. Aktuell wird das Vertrauen untergraben. Aber Hauptsache, wir sind online! Dieses Register gehört abgeschaltet und überarbeitet und sollte erst dann online gehen, wenn es alle gesetzlich geforderten Daten auch korrekt abbilden kann. So schadet es den gemeinnützigen Organisationen in Deutschland mehr, als dass es nützt.

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

Die Zeiten ändern sich, TeleDIALOG bleibt up to date.



Diese Bilder wurden liebevoll generiert mit DALL-E (Künstliche Intelligenz).



Als erfahrene Spezialisten für Telefon-Fundraising sorgen wir seit mehr als 25 Jahren für wertvolle Kontakte zu Förderer*innen und Spender*innen. Eine direkte und dauerhafte (Ver-)Bindung, die immer aktuell ist! Lernen Sie uns kennen, Sie brauchen kein Fax dazu: E-Mail, Video-Call oder Anruf genügt.

Drei Fragen an ... Anna Schwanhäuser



Die Organisation „Together for Future“ hat ein Bündnis zum Tag der Klimademokratie gegründet.

Anna Schwanhäuser ist Gründerin und geschäftsführende Vorständin von „Together for Future“, einem gemeinnützigen Verein für Klimaschutz mit Sitz in Berlin. Sie setzt sich dafür ein, dass sich immer mehr Menschen stark und zielgerichtet für mehr Klimaschutz engagieren und die Politik endlich im Sinne des Pariser Abkommens zur Eingrenzung der Erderwärmung handelt.

1 Warum gibt es das Bündnis und wer sind die Initiatoren?

Das Bündnis zum Tag der Klimademokratie am 27. April 2024 wird von den gemeinnützigen Organisationen Bürgerlobby Klimaschutz, GermanZero und „Together for Future“ organisiert. Wir sind überzeugt: Mehr denn je müssen wir als Gesellschaft zusammenhalten und im Gespräch mit der Politik gemeinsame Lösungen aus der Klimakrise finden, die fair für alle sind. Dafür bringen wir den Bundestag mit Tausenden Bürgerinnen und Bürgern zum größten digitalen Klimadialog des Jahres zusammen.

2 Wer sollte sich dem Bündnis anschließen und warum?

Über 100 Organisationen sind schon dabei und setzen sich für wirksamen und sozial gerechten Klimaschutz passend zum Kampagnenmotto „Hallo Bundestag, wir müssen reden: Was ist der Plan für #FossilfreiUndFair?“ ein.

Verbände wie Misereor, Amnesty International und Brot für die Welt laden bereits ihre Mitglieder ein, ebenso WWF, Klima-Allianz Deutschland, Germanwatch, Yesil Cember. Mit dabei sind auch viele lokale Initiativen aus den Bereichen Sport, Bildung, Ökonomie, Ernährung, Kultur, Tierschutz und Menschenrechte. Klimademokratie braucht Vielfalt!

3 Der 27. April als Tag der Klimademokratie ist ja für Ihr Bündnis ein wichtiger Meilenstein.

Was genau planen Sie für diesen Tag?

Der Tag ist der Höhepunkt unserer 100-Tage-Mobilisierung. Per Videokonferenz treten bis zu 2000 Wählerinnen und Wähler aus dem ganzen Land mit ihren Abgeordneten in den Dialog und stellen ihre brennenden Klimafragen: Wann kommt das Klimageld? Warum gibt der Staat so viele Milliarden für klimaschädliche Subventionen aus? Wo bleiben Bus und Bahn auf dem Land? Wer treibt die sauberen Alternativen für das Heizen und eine bessere Landwirtschaft voran?

► www.tagderklimademokratie.de

BERUFSBEGLEITENDER LEHRGANG

Fördermittelmanager/-in für gemeinnützige Organisationen (FLA)

Direkt für die Praxis - innovatives Blended Learning - mit qualifiziertem Abschlusszertifikat

FÖRDERLOTSE
AKADEMIE

Sie verantworten die Fördermittelakquise und das Fördermittelmanagement für eine gemeinnützige Organisation und suchen eine fundierte und praxisorientierte Weiterbildung für Ihren Aufgabenbereich, dann ist unser Lehrgang das richtige Angebot für Sie.

- zwölf Monate berufsbegleitend
- 4 mal 3 Präsenztage
- 10 E-Learningmodule im Umfang von 900 Minuten
- maximal 18 Teilnehmende
- qualifiziertes Zertifikat der Förderlotse Akademie (FLA)

- Leitung: Torsten Schmotz & Bernd Kreh
- Dozententeam mit den führenden Fachkräften für Fördermittelgewinnung in Deutschland

In Kooperation mit

akd
akademie für kirche und diakonie

DEUTSCHER
FUNDRAISING
VERBAND

Ein Angebot von

Förderlotse
Torsten Schmotz

> Start des siebten Jahrgangs:
1. Oktober 2024

Kurzgefasst ...

Erweiterte Spendenabsetzbarkeit

Mit Jahresbeginn wurden in Österreich die steuerlichen Regelungen für die Absetzung von Spenden ausgeweitet und vereinfacht. Nun können etwa auch Spenden an Sportvereine und Bildungseinrichtungen steuerlich abgesetzt werden. Vereinfachungen gibt es auch für den Bereich Kunst und Kultur. Auch Kinder-, Jugend- und Familienfürsorge gehören neu dazu.

► www.osgs.at

Freistellungsbescheid für Demokratie-Initiativen

Um spontanen Demokratie-Initiativen in Deutschland zu ermöglichen, dass diese steuerlich absetzbare Spenden akquirieren können, hat Phineo eine Organisation gegründet: WE AID verfügt über den nötigen Freistellungsbescheid und hilft den Engagierten dabei, ihre Spenden zeitnah in gute Aktionen umzusetzen – ohne lästigen Verwaltungsaufwand. Ziel ist es, den Engagierten den Rücken von bürokratischen Prozessen freizuhalten.

► www.we-aid.org

Greenpeace-Magazin wird eingestellt

Im Herbst 2024 erscheint nach mehr als 30 Jahren das Greenpeace-Magazin zum letzten Mal. Das soll aber nicht das Ende sein: Ein Team aus festen und freien Mitarbeitern des Greenpeace-Magazins gründen mit „atmo“ eine neue Publikation. Diese soll ab Herbst regelmäßig erscheinen. Dafür wird auch finanzielle Unterstützung gesucht.

► www.atmo-magazin.de

Demonstrationsfreiheit in der Schweiz

Seit Jahren nimmt der Druck auf die Menschenrechte weltweit zu und mit ihm die Debatte um Shrinking-Civic-Space-Phänomene. In einer aktuellen Publikation beleuchtet das Maecenata-Institut deshalb den Diskurs in der Schweiz. Wie steht es dort um Beschränkungen der Versammlungs- und Meinungs-freiheit? Die Publikation ist im Download erhältlich unter:

► www.maecenata.eu/publikationen

Rekordergebnis der Tafel Österreich

Die Tafel Österreich versorgte 2023 mehr als 35 000 armutsbetroffene Menschen in 100 sozialen Einrichtungen mit erstmals mehr als 1 000 Tonnen geretteten Lebensmitteln. Ein Rekord, der wenig Grund zu jubeln gibt – auch, da der Druck auf die karitative Lebensmittelweitergabe zunimmt. Zum 25-Jahr-Jubiläum appelliert die Tafel an alle Entscheidungsträger für mehr Zusammenarbeit.

► www.tafel-oesterreich.at

Fundraising

mit Gefühl & Mitgefühl



SAZ – gemeinsam Ziele erreichen

Neuspender-Gewinnung • Lastschrift-Gewinnung
Lastschrift-Upgrade • Off- und Online-Spendenkampagnen • Zielgruppenadressen • Adresspflege nach DSGVO • Adress-Scoring • Fundraising-CRM
24h-Notmailings

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



Mozart für Menschenrechte. Dass die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen bereits 75. Jubiläum begangen hat, ist durchaus ein Grund zum Feiern. So erklang in New York im Rahmen der Feierlichkeiten die originale Costa-Violine von Wolfgang Amadeus Mozart – zum ersten Mal vor den UN-Vertreterinnen und -Vertretern aus der ganzen Welt. Die Stiftung Mozarteum war eingeladen, da in der Allgemeinen Menschenrechtserklärung ein Recht auf die Teilnahme am kulturellen Leben für alle verankert ist. Gleichzeitig ist dieses Jubiläum auch Mahnung und Ansporn, nicht nachzulassen, weltweit für die Menschenrechte einzutreten. www.mozarteum.at

ES GIBT IMMER EIN
OFFENES HERZ...

MAN MUSS ES NUR ERREICHEN!



Gemeinsam geht vieles leichter.

- Sie haben die wichtigen Botschaften und den Willen, etwas zu bewirken.
- Wir kennen Ihre potenziellen Neuspender und liefern die passenden Kontakte auf den richtigen Kanälen.
- Zusammen erreichen wir Menschen, die helfen wollen.



GECKO
international GmbH

Dauerhafter Erfolg braucht stetige Sorgfalt.

- Unsere auf langfristigen Erfolg angelegten Kampagnen führen Ihre Organisation in eine sichere Zukunft.
- Neue und bestehende Zielgruppen werden kanalübergreifend stärker durchdrungen, um Ihren Spenderstamm deutlich zu erweitern.
- Lassen Sie uns gemeinsam diese Schritte gehen. www.gecko-international.com

Zugehörigkeit in der Migrationsgesellschaft

Neue Publikation bietet Anregungen

Das in Berlin ansässige Sozialunternehmen „Dialog macht Schule“ hat einen Band mit Anregungen für einen mutigen Umgang mit den Widersprüchen unserer Migrationsgesellschaft veröffentlicht. Immer wieder zeigt sich in der aktuellen Migrationsdebatte, wie strittig, politisiert und emotional aufgeladen die Vorstellungen von Zugehörigkeit hierzulande sind. Neue Bruchlinien und verhärtete Fronten erschweren eine sachliche Debatte und einen Dialog; polarisierte Positionen gewinnen an Einfluss. Die Impulse und Praxisberichte in diesem Band präsentieren neue und differenzierte Überlegungen, wie das Gespräch über Identität, Zugehörigkeit und Integration in Deutschland bereichert werden kann. Die Publikation kann kostenlos als barrierefreie PDF-Datei heruntergeladen werden.



www.dialogmachtschule.de

PROJEKT NOTRUF



500.000

Mailings



4 Tage

bis Versand



10.000

Emergency Calls



Online

Kampagne



860.000

Spendenertrag, inkl. 2.700 Neuspender



Wir können das. Gemeinsam.



marketwing®

DEUTSCHER
FUNDRAISING
KONGRESS

2024



3.–5. Juni
MOA Berlin

JETZT
TICKET
SICHERN



www.dfrv.de/dfk

Schöner scheitern ... mit Murphys Gesetz



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.

Murphys Gesetz besagt ja, wenn etwas schiefgehen kann, dann geht es auch schief. Als geborener Optimist glaube ich nicht daran. Wie sollte ich sonst in meinem Fundraising-Job überleben? In einem Job, in dem die Hoffnung zuletzt stirbt – die Hoffnung auf Fördergelder.

Inzwischen hatte ich richtig Routine in diesen Dingen. Alles war rechtzeitig beantragt, alle Nachweise erbracht, alle Fristen eingehalten. Für ein zusätzliches wichtiges Herzens-Projekt hatte ich mich noch einmal besonders ins Zeug gelegt. Sogar externe Beratung hatten wir dafür in Anspruch genommen, um bei der Deutschen Stiftung für Engagement und Ehrenamt (DSEE) auch wirklich Fördermittel zu bekommen. Die Freude war entsprechend groß, als tatsächlich die Zusage über die beantragten Mittel – immerhin in vierstelliger Höhe – ins Haus flatterte.

Los geht's, das Projekt wird ein voller Erfolg, da waren sich alle sicher! Wir begannen mit der Umsetzung, arbeiteten fleißig, kamen voran. Und schon bald kamen auch die ersten Rechnungen rein.

Es war einer dieser stressigen Tage in den letzten Wochen des Jahres. Genauer gesagt, der 16. November. Ich sollte für die Buchhaltung die fälligen Rechnungen für das Herzensprojekt „sachlich richtig“ zeichnen. Aus reinem Bauchgefühl schaute ich deshalb noch mal aufs Konto. Überraschung: kein Fördergeld von der DSEE! Wie zur Hölle kann das ...

Sofort loggte ich mich ins digitale Förderportal der Stiftung ein. Übersichtlich am Rand konnte ich alle Nachrichten und Bescheide in chronologischer Abfolge sehen. Auch die E-Mail „Erinnerung an den Mittelabruf“. Moment mal, diese E-Mail hatte mich nie erreicht. Vielleicht schlummert sie noch ungelesen im Spam-Ordner?

Ja, in der Tat! Da ist sie: „Bitte verpasse keinesfalls die Frist zum Abruf der zugesagten Fördermittel. Die Frist endet am 15. November. Fördermittel, die bis zu diesem Datum nicht abgerufen wurden, verfallen.“

Learnings: Halte deinen Kalender stets aktuell und checke deinen Spam-Ordner regelmäßig, am besten jeden Tag! ▣

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



Das Portal für die Gute Sache



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



Mit der Kompetenz vom
**FUNDRAISING
magazin**

www.gutes-wissen.org

„Das machen wir selbst, dann kostet es nichts“

Persönliche Gedanken von Gregor Nilsson

„Das machen wir selbst, dann kostet es nichts.“ Dieser Satz ist mir kürzlich wieder zu Ohren gekommen bei der Besprechung eines Projekts mit einer NGO. Und ich staunte wieder einmal über die Wahrnehmung, dass die internen Personalkosten anscheinend keine Kosten sind.

Natürlich verstehe und teile ich den Anspruch, möglichst sorgsam mit Spendengeldern umzugehen. Allerdings wird die Rechnung aus meiner Sicht oft zu einfach gemacht, im Sinne von „mein Nettolohn pro Stunde vs. Stundensatz der Agentur“. Folgende Faktoren finden dabei meiner Ansicht nach zu wenig Beachtung:

1. Ausbildung und Routine: Es gibt viele Aufgaben, die NGOs sinnvollerweise internalisieren, weil ein entsprechendes Arbeitsvolumen vorliegt und sie von Generalisten erledigt werden können. Wenn es sich aber um komplexe Aufgaben handelt oder nur wenige Stunden pro Monat anfallen, lohnt es sich kaum, in die entsprechende Ausbildung zu investieren.

2. Betriebskritische Aufgaben: Für Aufgaben, die den Betrieb sicherstellen und Bedarf für kurzfristigen Support haben, braucht es immer mindestens eine Doppelbesetzung, um Stellvertretungen zu garantieren.

3. Opportunitätskosten: Entgangene Einnahmen sind auch Kosten. Wenn Veränderungen und Innovationen auf die lange Bank geschoben werden, weil intern die Kapazitäten fehlen, kann das wesentlich teurer sein, als einen Dienstleister zu beauftragen.



Gregor Nilsson ist Geschäftsführer von getunik, einer auf Non-Profits spezialisierten Agentur. Als Experte in digitalem Fundraising und Marketing-Automation unterstützt er Organisationen dabei, die Möglichkeiten der Digitalisierung erfolgreich für die Gewinnung und Bindung von Spendern einzusetzen. Während seiner mittlerweile 20 Jahre im Fundraising erlebte er verschiedene Fehlschläge und Erfolge. Die daraus gewonnenen Erfahrungen und Erkenntnisse teilt er in Vorträgen und Seminaren rund um das Thema Digitalisierung für Non-Profits. ► www.getunik.com

4. Lehrgeld vermeiden: Auch Dienstleister machen Fehler. Und bezahlen dafür Lehrgeld. Dieses Lehrgeld bleibt einer NGO erspart, wenn sie auf die Expertise von erfahrenen Dienstleistern zurückgreift.

5. Arbeitsteilung: Dienstleister haben jahrelang Erfahrung in der Umsetzung von Projekten und können daher auch Empfehlungen über die Arbeitsteilung zwischen Kunde und Dienstleister aussprechen. Es mag solche geben, die einfach möglichst viel Auftragsvolumen zu sich holen wollen. Aber die meisten möchten nur das Beste für das Projekt und es lohnt sich, auf ihre Erfahrung und Empfehlungen zu setzen.

6. Vollkostenrechnung: Wie hoch sind denn die internen Kosten wirklich? Wenn man den Vergleich zieht, dann bitte richtig! Neben dem eigenen Gehalt gehören dazu: Sozialversicherungen, Infrastruktur, Weiterbildungskosten, Rekrutierungskosten, bezahlte Ferien und Krankheitstage usw.

7. Fokussierung: Es ist schön zu sehen, dass NGOs digitaler werden und Mitarbeitende haben, die ein bisschen CSS schreiben oder ein Script in GTM aufsetzen können. Wenn dafür dann aber die Zeit fehlt, um die Inhalte der Website zu bewirtschaften oder die Reports aus Google Analytics korrekt zu interpretieren, frage ich mich, ob die Prioritäten richtig gesetzt werden.

In dem Sinne freue ich mich darauf, NGOs weiterhin dort zu unterstützen, wo ein Outsourcing für sie zielführend ist und zu einem sorgsamem Umgang mit den Spendengeldern beiträgt. ■



Erfolgreiches Fundraising Marketing muss nicht aufwendig und teuer sein!



Apteco Orbit

Eine intuitive Plattform, die Ihre Fundraising und CRM Daten mit Kommunikationsdaten, wie E-Mail oder Social Media, vereint und zielgerichtete, personalisierte und automatisierte Kommunikation ermöglicht. Starten Sie jetzt mit datenbasiertem Fundraising und reduzieren Sie manuelle Aufwände bei geringeren Kosten.

- ✓ **Machen Sie jede Kommunikation wertvoll**
- ✓ **Setzen Sie Ihre Daten mit Hilfe von KI für gezieltes Fundraising ein**
- ✓ **Skalieren Sie Personalisierung durch vernetzte Marketing Kanäle und Automation**

Erfahren Sie mehr - unverbindlich und kostenfrei!



**Gegründet vor über 35 Jahren.
Bei mehr als 40 internationalen Fundraisern im Einsatz.**

Apteco GmbH | Kontakt:
Stefanie Thielen
stefanie.thielen@apteco.de
+49 176 17 89 53 41

„Wenn Journalismus verschwindet, steigen



Luise Lange-Letellier ist für das gemeinwohlorientierte Medienhaus Correctiv im Bereich Fundraising und Kommunikation tätig. Im Gespräch mit unserem Redakteur Rico Stehfest ordnet sie die Auswirkungen der Veröffentlichungen zum „Potsdam-Treffen“ auf das Fundraising ein und versucht eine Einordnung vermeintlicher finanzieller Abhängigkeiten. Außerdem berichtet sie von beeindruckender Unterstützung für Correctiv und die Pläne für das Superwahljahr in Deutschland.

Korruption und Machtmissbrauch“

? Die Veröffentlichungen zum „Potsdam-Treffen“ haben enorme gesellschaftliche Wellen geschlagen. Haben Sie bei Correctiv damit gerechnet?

Wir wussten, dass die Recherche eine Brisanz hat. Und wir haben auch damit gerechnet, dass sich was bewegen wird. Aber das, was seitdem passiert ist, damit konnte niemand rechnen. Ich glaube, es ist in der Geschichte der Bundesrepublik einzigartig, dass eine Recherche solche Bewegungen ausgelöst hat. Es ist unheimlich schön zu sehen, dass der Wille, sich für eine starke Demokratie einzusetzen, scheinbar längst da war und so viele Menschen jetzt diese Veröffentlichung zum Anlass nehmen, sich tatsächlich auch dafür starkzumachen.

? Wie hat sich aus Ihrer Sicht als Fundraiserin seitdem das Fundraising für Ihre Organisation verändert?

Wir sind überwältigt davon, wie viel Engagement aktuell sichtbar wird – gerade auch, wenn es darum geht, sich gegen menschenfeindliche Pläne und Rechtsextremismus einzusetzen. Natürlich hat die Aufmerksamkeit rund um die Recherche auch Auswirkungen für uns als gesamte Organisation. Wir waren auf die starken Reaktionen tatsächlich sogar ganz gut vorbereitet. Die letzten zwei Jahre haben wir unsere internen Strukturen robuster gemacht. Unser Selbstbild geschärft, Prozesse verbessert, aber beispielsweise auch unsere Fundraising-Systeme noch mal upgegradet. Wir nutzen jetzt Salesforce, was ja ein System ist, das sehr gut erweiterbar ist. Wir sind auch teamintern so aufgestellt, dass wir aktuelle Themen gut auffangen können. Natürlich sind wir gut beschäftigt, aber es hält alles gut stand. Wir können mit dem Mehraufkommen sehr gut umgehen und flexibel auf die Situation reagieren und diese enorme Unterstützung, die uns auch gerade entgegenkommt, sehr positiv und produktiv aufnehmen.

? Welche konkreten Formen der Unterstützung würden Ihnen jetzt von außen angeboten?

Die Unterstützung ist sehr vielfältig. Das fängt damit an, dass wir gerade mit sehr, sehr vielen Menschen in Gesprächen sind, sowohl redaktionell als auch, was unsere Mission als Organisation angeht. Viele Menschen und Organisationen kommen gerade auf uns zu und fragen, was es jetzt braucht, um die Demokratie zu stärken. Sie schauen auch auf Correctiv als eine Organisation, die über die letzten Jahre schon ein paar Antworten gefunden hat. Und ganz praktisch im Arbeitsalltag bedeutet das dann, dass uns auch Organisationen Dienstleistungen anbieten.

Wir haben zum Beispiel mit „Reporter ohne Grenzen“ und dem „Chaos Computer Club“ sehr eng zusammengearbeitet, auch was unsere eigene Sicherheit angeht. Und dann sind da diese ganz, ganz vielen Menschen und Unternehmen, die uns finanziell unterstützen.

Mit einmaligen Spenden und, was uns besonders freut, mit regelmäßigen Spenden, die uns langfristig stützen.

In konkreten Zahlen: Unsere Dauerspender sind seit der Veröffentlichung um etwa 50 Prozent auf 15 000 Unterstützerinnen und Unterstützer gestiegen. Ein enormer Sprung und die Spenden fließen direkt in unsere Kernfinanzierung ein. Das ist für uns enorm wertvoll. Auch die gestiegenen Einnahmen aus einmaligen Spenden können wir frei für das einsetzen, was wir am besten können. Unsere Finanzierung legen wir übrigens sehr transparent offen.

Insgesamt kann ich nur sagen: Wir sind sehr dankbar für die Wertschätzung, die uns über die vielen Spenden, aber auch den Zuspruch aus der Zivilgesellschaft erreicht.

? Sicherlich erfahren Sie nicht nur Unterstützung. Wie sieht die Kehrseite dessen aus?

Hass und Hetze gehören leider mittlerweile zu unserem Arbeitsalltag, tatsächlich auch schon vor der Veröffentlichung. Unsere Faktencheck-Redaktion kennt das aus der Corona-Zeit schon sehr gut. Die meisten greifen uns an, weil wir einen Angriff auf ihre anti-demokratischen und in Teilen verschwörungsideologischen Weltbilder darstellen. Das traurige Mittel, das sie dann nutzen, ist eben die Einschüchterung und Beleidigung und in Teilen auch sehr strategische Klagen, die dann für uns erst mal teuer werden. Wir sind eine sehr transparente Organisation, und das bietet dann oft vermeintliche Angriffspunkte. Unsere Finanzen werden da sehr häufig herausgegriffen. Da sagen wir dann: ‚Herzlichen Glückwunsch! Sie können lesen.‘ Das steht alles auf unserer Website. Wir stehen eben ein für den Schutz der Pressefreiheit, für demokratische Debatten. Und das passt einigen nicht. Und dann kommen Beleidigungen, kommen Hassnachrichten. Damit können wir aber tatsächlich ganz gut umgehen. Wir unterstützen uns gegenseitig, haben auch ein gutes System, wie wir im Zweifelsfall Dinge zur Anzeige bringen können und lassen uns davon auch nicht einschüchtern.

? Das klingt, als bewege sich das alles „noch“ innerhalb eines gewissen Rahmens.

In Teilen geht das schon deutlich unter die Gürtellinie. Aber wie gesagt, da sind wir auch durchaus bereit, rechtliche Schritte einzuleiten. Da ist dann immer die Frage, wie erfolgsversprechend das ist. In den meisten Fällen läuft das leider ins Nichts. Was wir jetzt gerade beobachten, ist, dass nun die AfD selbst dabei aktiv wird, in diese Erzählungen eingreift und teilweise Bilder von Reporterinnen veröffentlicht mit Diffamierungen. Und das ist schon ein Level, das auch für uns ungewöhnlich ist. Aber die Bedrohungslage ist jetzt nicht so, dass wir uns Sorgen machen müssten. ▶

? Wie ist es möglich, dass diese durch Correctiv veröffentlichten Aufschlüsselungen der finanziellen Hintergründe als vermeintliche Basis einer Argumentation dienen können, um zu sagen, Ihre Organisation sei gekauft?

Unsere Finanzierung ist ja auf drei Säulen aufgebaut: Spenden von privaten Spendern und Unternehmen, Stiftungsgelder und staatliche Förderungen sowie ein kleiner wirtschaftlicher Teil. Öffentliche Mittel erhalten und nutzen wir nur für Bildungsprojekte und Strukturförderung, also den Aufbau von Projekten und nicht für die redaktionelle Arbeit. So existiert eine klare Trennung und wir sichern unsere Unabhängigkeit. Trotzdem sind gerade die Stiftungsfinanzierungen und die staatliche Finanzierung immer wieder Anlass, uns Abhängigkeiten vorzuwerfen. Die einzige Erklärung, die wir für Diffamierungen heranziehen können, ist, dass in Teilen noch nicht verstanden wurde, wie die Finanzierung des Dritten Sektors funktioniert. Also dass es beispielsweise auch Fördervereinbarungen gibt, in denen solche Dinge klar geregelt sind. Dass auch unser Redaktionsstatut klare Regelungen hat, dass es keine Eingriffe in unsere redaktionelle Arbeit geben kann und dass das auch ein Ausschlusskriterium für uns ist, Förderungen anzunehmen.

Mitmachen und Fakten finden: Gemeinsam gegen Desinformation!



Falschmeldungen begegnen uns am Stamm-tisch, im Social-Media-Feed oder im Familien-Chat. Sie verzerren Debatten, spalten die Gesellschaft und unterwandern die Demokratie. Dagegen geht das gemeinnützige Medienhaus Correctiv schon lange vor, mit Faktenchecks und Kursen in der Online-Akademie „Reporterfabrik“. Nun geht es noch einen Schritt weiter und baut mit dem „Correctiv.

Faktenforum“ Deutschlands erste Faktencheck-Community auf. Interessierte schließen sich über die Plattform zusammen, um Falschinformationen gemeinsam zu überprüfen. Bei Treffen tauschen sie sich zu dem Thema aus und in Workshops vermittelt ihnen Correctiv die nötigen Tools und Techniken zum Faktenchecken. Während im Superwahljahr Desinformationskampagnen unsere Demokratie angreifen, eröffnet Correctiv mit dem Faktenforum jedem die Möglichkeit, sich für sie einzusetzen. Mehr zum „Correctiv.Faktenforum“, die Anmeldung zum Newsletter und zur Community unter

► www.faktenforum.org

? Warum sollte Journalismus den Status der Gemeinnützigkeit zuerkannt bekommen?

Es geht ja bei Gemeinnützigkeit um das Gemeinwohl und die Aufgabe, sich für unsere Gesellschaft einzusetzen. Im Journalismus gibt es die öffentlich-rechtlichen Sender und seit ein paar Jahren entwickelt sich der gemeinnützige Journalismus als drittes Feld. Auch weil gerade privat-wirtschaftliche Medien Schwierigkeiten mit ihrer Finanzierung haben. Sie kämpfen mit Einnahmen von Werbekunden und sinkenden Auflagenzahlen. Selbst in Krisenzeiten werden immer mehr Stellen abgebaut. Das ist ein Zustand, den wir beispielsweise aus den USA kennen. Und dort gibt es bereits Studien, die zeigen: Wenn Journalismus verschwindet, steigen Korruption und Machtmissbrauch. Unsere Ansicht ist, dass es einen starken Journalismus in der Gesellschaft braucht, um sicherzustellen, dass Missstände weiterhin sichtbar gemacht werden können, dass auch im Lokalen berichtet werden kann, weil gerade die Finanzierung schwierig ist. Das gehört dann zur Wahrheit dazu, dass sich werbefinanzierte Modelle an diesen Stellen nicht tragen. Gemeinnützigkeit und Gemeinwohlorientierung bedeuten: Wir sind nicht auf Gewinn ausgerichtet, sondern wir schauen darauf, was die Gesellschaft braucht, was die Menschen brauchen, um ihre eigene Umwelt, um die Demokratie mitzugestalten. Das kann Aufgabe von gemeinnützigem Journalismus sein, und deswegen braucht es eben auch die Gemeinnützigkeit und die Änderung der Abgabenordnung.

? Was planen Sie mit Correctiv, um diesen gesellschaftlichen Schwung am Laufen zu halten?

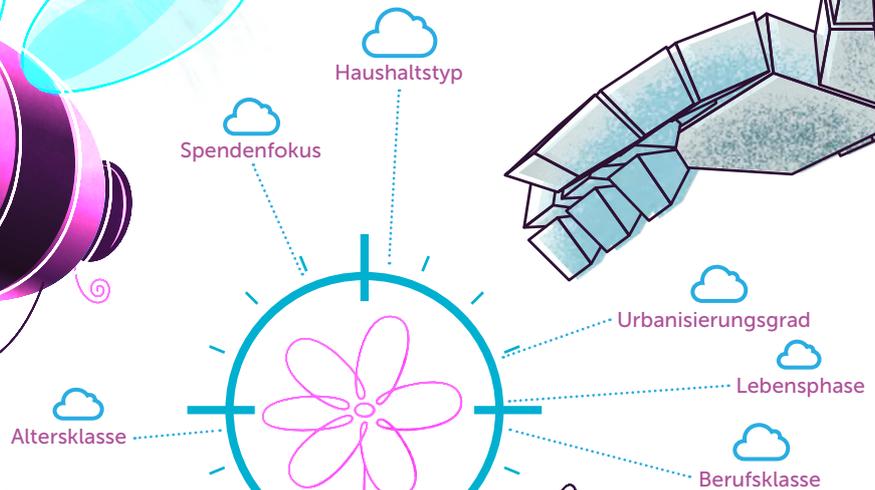
Unsere Mission ist, Demokratie zu stärken, mit den Mitteln des Journalismus, der Medienbildung und mit Technologie, die das unterstützt. Jetzt liegt ein Superwahljahr vor uns. Das ist das, worauf wir vorbereitet sind, dass wir da auch weiter reingehen können, auch vor Ort aktiv sein können, demokratische Prozesse begleiten können. Das Thema Rechtsextremismus wird uns sicherlich weiter begleiten. Im nächsten Jahr steht dann die Bundestagswahl an. Da werden wir dranbleiben.

Im Lokalen können wir über unser Netzwerk „Correctiv.Lokal“ wirken. Das sind mittlerweile so um die 1500 Lokaljournalisten, die sich dort vernetzen, gemeinsam recherchieren und auch vor Ort Veranstaltungen durchführen. Ein weiterer Teil unserer Pläne ist verbunden mit unserer Faktencheck-Arbeit und mit unserem Einsatz gegen Desinformationen. Dafür hat eins unserer Teams in den letzten zwei Jahren das Faktenforum entwickelt (siehe Infokasten), eine Community-Plattform, die es ermöglicht, selbst aktiv zu werden und zu lernen: Wie erkenne ich Desinformationen? Dann kann man in der Community aktiv werden und in Teilen sogar selbst zum Faktenchecken beitragen. Das werden wir auch in Workshop-Reihen vor Ort anbieten. Was sind Tipps und Tricks, wie ich selbst recherchiere oder Fakten sammle? Das ist ein Bereich, in dem wir uns auf jeden Fall rund um die Wahlen sehr viel Wirksamkeit erwarten.

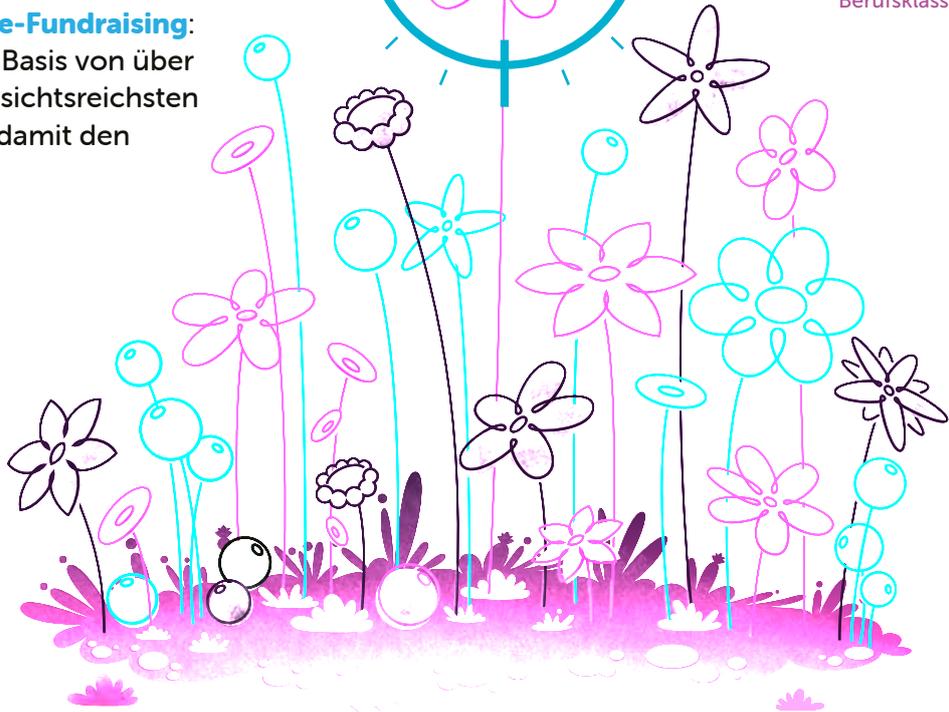
Was hier gerade in Deutschland passiert, ist auch für uns als Organisation etwas Besonderes. Jetzt ist der Moment, in dem wir handeln können. Und genau das wollen wir tun. ■

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.



„Raus aus der Reichensuppe“

Marlene Engelhorn bringt 25 Mio. Euro ihres Vermögens in die Zivilgesellschaft

Als Mitgründerin der Initiative taxmenow hat sie bereits klargemacht, dass sie für eine Wiedereinführung der ausgesetzten Besteuerung von Millionen-Vermögen eintritt. Sie entstammt dem „Imperium“ rund um BASF und hat selbst entsprechend viel auf der hohen Kante liegen. Jetzt will sie davon 25 Millionen Euro in die Gesellschaft „rückverteilen“ lassen, sich selbst aber aus allen Entscheidungen raushalten.

Von RICO STEHFEST

Bereits in ihrem Buch „Geld“ hat sie im Jahr 2022 klar gezeigt, welche Machtverhältnisse mittels Geld geschaffen werden. Sie weiß ganz klar, wovon sie spricht. Als Millionen-Erbin einer neuen Generation will sie, wie sie es selbst beschreibt, „raus aus der Reichensuppe“. Im Januar hat sie dafür den „Guten Rat für Rückverteilung“ gegründet. Wie hoch der Anteil der 25 Millionen Euro an ihrem Gesamtvermögen ist, kann sie selbst nicht konkret sagen. Vielmehr will sie den Fokus auf den Prozess der Verteilung selbst legen. Ihre Motivation macht sie entsprechend deutlich: „Ich habe ein Vermögen und damit Macht geerbt, ohne etwas dafür getan zu haben. Und der Staat will nicht einmal Steuern dafür. Gleichzeitig kommen viele Menschen mit einem Vollzeit-Job nur schwer über die Runden – und zahlen für jeden Euro, den sie mit Arbeit verdienen, Steuern. Ich sehe das als Versagen der Politik, und wenn die Politik versagt, dann müssen die Bürger:innen das selbst angehen. Wenn die Politik ihren Job nicht erledigt und umverteilt, dann muss ich mein Vermögen eben selbst rückverteilen.“

Als initialen Akt hatten in der ersten Januar-Hälfte 10 000 zufällig ausgewählte Österreicherinnen und Österreicher Post bekommen, in der sie dazu eingeladen wurden, sich für den „Guten Rat für Rückverteilung“ zu registrieren. Zur Umsetzung hat sie sich mit



dem österreichischen Forschungsinstitut Foresight zusammengetan, von dem aus die wissenschaftliche Begleitung gelenkt wird.

Repräsentative Zusammensetzung

Dazu erklärt Martin Haselmayer, wissenschaftlicher Projektleiter bei Foresight: „Aus allen vollständigen Rückmeldungen ermitteln wir mit Hilfe statistischer Verfahren

50 Personen, die möglichst gut die Zusammensetzung der österreichischen Bevölkerung abbilden. Das Vorgehen orientiert sich am wissenschaftlichen State-of-the-Art und wurde weltweit in über 50 Bürgerbeteiligungsverfahren angewendet.“ Jene 50 Ausgewählten sollen es dann sein, die darüber entscheiden, was mit dem Geld geschehen soll. Und das vollkommen unabhängig, wie Bernhard Madlener, Pressereferent des

Projekts, betont: „Die Rückverteilung liegt tatsächlich in den Händen der Ratsmitglieder. Diese 50 Menschen haben – genauso wie das Organisationsteam – das Vertrauen von Marlene Engelhorn. Was am Ende raus kommt, wissen wir nicht.“ Ein Veto-Recht hat sich Marlene Engelhorn nicht eingerichtet. Das Geld selbst liegt auf einem Treuhandkonto und ist vor etwaiger Zweckentfremdung geschützt.

Leitlinien für die Rückverteilung

Trotzdem gibt es natürlich einen groben Katalog an Vorgaben, wie das Geld eingesetzt werden soll. So sind Aktivitäten ausgeschlossen, die als „verfassungswidrig, lebensfeindlich oder menschenverachtend“ gelten. So betont auch Christoph Hofinger, Leiter des Foresight-Instituts: „Im Guten Rat bringen 50 Menschen ihre Ideen ein, um gemeinsam Lösungen im Sinne der Gesamtgesellschaft

zu entwickeln. Der Rat hat den Anspruch, den Wert von Bürgerbeteiligung für die Demokratie zu demonstrieren und somit Gesellschaft und Politik zu neuen Wegen der Mitbestimmung anzuregen.“ Dabei gilt das nicht etwa nur für Österreich: Die Gelder können auch international verteilt werden.

Zur Ermächtigung der Ratsmitglieder in Sachen inhaltlicher Kompetenz werden ihre Beratungen, die zwischen März und Juni in Salzburg stattfinden, von Input aus Wissenschaft, Philanthropie und zivilgesellschaftlichen Organisationen begleitet.

Unterstützung bei der Entscheidungsfindung

„Die Sitzungen des Guten Rats werden von erfahrenen Moderatoren geleitet. Die setzen dabei auf bewährte Methoden, um eine demokratische Entscheidungsfindung zu ermöglichen. Zudem werden an den

sechs Wochenenden auch ausgewiesene Experten aus den erwähnten Bereichen als Vortragende in den Guten Rat eingeladen. Über deren Namen und Hintergründe bzw. Organisationen werden wir zeitgerecht informieren“, so Pressereferent Madlener.

Auch die wissenschaftliche Begleitung des Projekts geht noch weiter: „Die Begleitforschung besteht aus (mehreren) Befragungen der Ratsmitglieder, sowie qualitativen Interviews, die sich mit Fragen der ökonomischen Ungleichheit und demokratischen Partizipation auseinandersetzen. Darüber hinaus wird nach dem Abschluss des Guten Rats eine Bevölkerungsumfrage durchgeführt, die einerseits die Wahrnehmung des Guten Rats untersucht, andererseits generelle Fragen zu Ungleichheit und Partizipation beinhalten wird. Darüber hinaus gibt es eine externe Evaluation“, so Haselmayer. ■

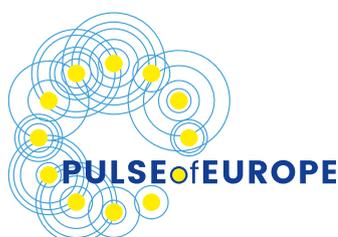
► www.taxmenow.eu

► www.guterrat.info

PulseofEurope.eu

WÄHL NICHT DIE RESIGNATION.

WÄHL
DIE
CHANCEN.



Gerade in Zeiten, in denen die Demokratie von allen Seiten angegriffen wird, dürfen wir nicht aufhören, zusammenzuarbeiten. Wir brauchen die Stärke und den Zusammenhalt der Europäischen Länder mehr denn je. Wenn wir jetzt den nationalistischen Kräften das Feld überlassen, nehmen wir uns die beste Chance, die wir haben: ein geeintes Europa, das für unsere Grundwerte einsteht und unsere Zukunft sichert.

Verteidige das Herz Europas – mit deiner Stimme!

Die große Fundraising-Magazin-Umfrage

Liebe Leserin, lieber Leser,

wir arbeiten mit viel Herzblut daran und hoffen, dass Ihnen das Fundraising-Magazin gefällt. Aber nun wollen wir es genau wissen! Dafür brauchen wir Sie: Bitte nehmen Sie sich zehn Minuten Zeit und sagen Sie uns ehrlich Ihre Meinung, damit wir Ihr Fundraising-Magazin zukünftig noch besser machen können.

Als Dankeschön verlosen wir unter allen Teilnehmenden ein Wochenende für zwei Personen in Dresden mit Übernachtung im Vier-Sterne-Hotel und persönlicher Stadtführung; weiterhin Fachbücher aus unserer „Edition Fundraising-Magazin“ sowie Gutscheine für einen Fundraisingtag. Machen Sie mit, es lohnt sich.



Und so geht's:

Ganz einfach online mitmachen:
<https://umfrage.fundraising-magazin.de>



Oder füllen Sie den Fragebogen aus,
 scannen ihn und senden ihn per E-Mail an:
service@fundraising-magazin.de

oder trennen Sie ihn ab und schicken ihn
 mit der Post an:

Fundraising-Magazin, Umfrage,
 Altlockwitz 19, 01257 Dresden, Deutschland.

Der Inhalt Ihrer Aussagen beeinflusst Ihre Gewinnchancen nicht! Die Daten werden selbstverständlich anonym ausgewertet. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Wir versichern, Ihre Daten vertraulich zu behandeln und nicht an Dritte weiterzugeben.

Für Ihre Mühe bedanken wir uns schon heute.
 Teilnahme- und Einsendeschluss ist der **1. Mai 2024**.



Fragebogen Fundraising-Magazin-Umfrage

1 Woher haben Sie das Fundraising-Magazin, das Sie gerade lesen?

- Abonnement
- über meinen Arbeitgeber erhalten
- über meinen Verband erhalten
- auf einer Veranstaltung mitgenommen
- von einer Person geschenkt bekommen
- anderes, nämlich:

2 Wie gefällt Ihnen das Fundraising-Magazin ganz allgemein?

Bitte vergeben Sie eine deutsche Schulnote (von 1 = „sehr gut“ bis 6 = „überhaupt nicht“).

8 Welche der folgenden Inhalte des Fundraising-Magazins lesen / nutzen Sie?

	(fast) immer	häufig	manchmal	nie	kenne ich nicht
Titelthema	<input type="checkbox"/>				
Schöner scheitern	<input type="checkbox"/>				
Menschen (Interviews, Porträts)	<input type="checkbox"/>				
Meinungen / Kommentare	<input type="checkbox"/>				
Persönliche Gedanken von ...	<input type="checkbox"/>				
Berichte über Projekte	<input type="checkbox"/>				
Artikel zum Thema Stiftungen	<input type="checkbox"/>				
Köpfe & Karrieren	<input type="checkbox"/>				
100 Tage im neuen Job	<input type="checkbox"/>				
Praxis- & Erfahrungs-Berichte	<input type="checkbox"/>				
Dienstleisterverzeichnis	<input type="checkbox"/>				
Fundraising-Kalender + Bildung	<input type="checkbox"/>				
Fachbuchvorstellungen	<input type="checkbox"/>				
Fragebogen-Rubrik	<input type="checkbox"/>				
Zu guter Letzt (Fabian F. Fröhlich)	<input type="checkbox"/>				

11 Was fehlt Ihrer Meinung nach im Fundraising-Magazin?

12 Was ist Ihrer Meinung nach völlig überflüssig?

13 Aus welchen Quellen beziehen Sie sonst regelmäßig Informationen zum Thema Fundraising?

14 Wie viele Weiterbildungen haben Sie im Jahr 2023 in etwa besucht. Bitte tragen Sie eine Zahl ein:

in Präsenz: online: hybrid:

15 Wie oft wollen Sie im Jahr 2024 an Weiterbildungen teilnehmen?

- mehr als 2023
- genau so oft
- weniger als 2023

16 Zu welchen Themen wünschen Sie sich Weiterbildungsangebote?

3 Wie viele Personen lesen Ihr gedrucktes Exemplar mit?

4 Wie viele Personen lesen Ihr digitales Exemplar mit?

5 Wo lesen Sie das Fundraising-Magazin?

- Kreuzen Sie bitte alles an, was zutrifft.
- im Büro
 - im Homeoffice
 - unterwegs
 - zuhause
 - woanders, nämlich:

6 Was lesen Sie im Fundraising-Magazin zuerst?

7 Was lesen Sie im Fundraising-Magazin am liebsten?

9 Wie oft nehmen Sie das Fundraising-Magazin zur Hand, bevor Sie es nicht mehr anschauen?

- 1-mal
- 2- bis 3-mal
- 4- bis 5-mal
- häufiger als 5-mal

10 Würden Sie das Fundraising-Magazin weiterempfehlen?

- auf jeden Fall
- wahrscheinlich
- eher nicht
- auf keinen Fall

17 Zurück zum Magazin. Bitte bewerten Sie nun folgende Aussagen. Inwieweit treffen diese auf Ihre persönliche Einschätzung über das Fundraising-Magazin zu?

(1 = trifft genau zu, 2 = trifft meistens zu,
3 = trifft weniger zu, 4 = trifft nicht zu)

Das Fundraising-Magazin ...

- | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--|
| 1 | 2 | 3 | 4 | |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ist kompetent. |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ist verständlich geschrieben. |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | informiert zuverlässig. |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ist klar und übersichtlich gegliedert. |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | hat eine ansprechende Gestaltung und ein gutes Layout. |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ist abwechslungsreich gemacht. |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | vermittelt Wissen. |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | greift interessante Entwicklungen aktuell auf. |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | stellt spannende Menschen vor. |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | macht Spaß zu lesen. |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ist nützlich für meine Arbeit. |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ist mit keiner anderen Zeitschrift vergleichbar. |

18 Wenn es das Fundraising-Magazin nicht mehr gäbe, ...

- würde ich es vermissen.
- würde mir nichts fehlen.
-

19 Das Fundraising-Magazin enthält vielfältige Anzeigen von Firmen und Dienstleistern, die nützlich für den sogenannten Dritten Sektor sind.

Inwieweit treffen folgende Aussagen auf Ihre persönliche Einschätzung über diese Werbung im Fundraising-Magazin zu?

(1 = trifft genau zu, 2 = trifft meistens zu,
3 = trifft weniger zu, 4 = trifft nicht zu)

Anzeigenwerbung im Fundraising-Magazin ...

- | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ist ein Hingucker. |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ist informativ und interessant. |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ist professionell gemacht. |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ist ansprechend gestaltet. |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | ist nützlich für meine Arbeit. |

Nun noch kurz zu Ihrer Person. Diese Angaben sind notwendig, um das Fundraising-Magazin noch besser auf seine Leser-/innenschaft abstimmen zu können. Selbstverständlich werden diese Daten vertraulich behandelt.

20 Sie sind männlich weiblich divers?

21 Wie alt sind Sie?

22 Haben Sie beruflich und/oder ehrenamtlich mit / in einer Non-Profit-Organisation zu tun?

- ja, hauptberuflich
- ja, ehrenamtlich
- nein

23 In welcher Region leben Sie?

Bitte geben Sie Ihre Postleitzahl an.

D _____ A _____ CH _____

anderes Land:

.....

24 In welchem Bereich / welcher Branche liegt Ihr Arbeitsschwerpunkt?

Bitte kreuzen Sie alles an, was zutrifft.

- Bildung / Wissenschaft / Forschung Umwelt- und Naturschutz
- Sofort- / Nothilfe / Katastrophen Tierschutz
- Entwicklungszusammenarbeit Politische Arbeit
- Wohlfahrtspflege / Soziale Hilfe Kultur und Denkmalschutz
- Kinder- und Jugendhilfe Behinderten- / Krankenhilfe
- Kirche / Glaubensgemeinschaften Agentur / Dienstleister
- anderes, nämlich

25 Welche Position / Funktion innerhalb Ihrer Organisation / Firma haben Sie?

Bitte kreuzen Sie alles an, was zutrifft.

- Vorstand Geschäftsführung Fundraising Finanzen
- Presse / Öffentlichkeitsarbeit Marketing Personal
- Projektverantwortung
- anderes, nämlich

26 Ich möchte der Redaktion noch etwas mitteilen:

.....
.....

Vielen Dank für Ihre Angaben!

Diese helfen uns wirklich sehr, das Fundraising-Magazin noch besser zu machen. Wenn Sie an der Verlosung teilnehmen möchten, dann tragen Sie bitte hier Ihre Anschrift ein. Diese Daten werden separat erfasst und nicht mit den Angaben aus den Fragen in Verbindung gebracht. Wir danken Ihnen fürs Mitmachen und wünschen viel Glück bei der Verlosung!

Einsendeschluss ist der 1. Mai 2024.

Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Vorname Name

ggf. Organisation

Straße Hausnummer.....

PLZ, Ort

E-Mail

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.
Alle Basis-Jobanzeigen
sind 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.

Buch-Shop

Der Fundraising-Shop bietet
Fachbücher 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



100 Ausgaben gelebtes Fundraising

Bemerkenswerte Fundraising-Aktionen und Spenden-Kampagnen aus fast 20 Jahren

Seit der Gründung des Fundraising-Magazins im Jahr 2006 berichten wir über große und kleine, lokale und internationale, strategisch

geplante, spontane sowie erfolgreiche und weniger geglückte Aktionen aus dem Fundraising-Umfeld. Auf den folgenden Seiten

haben wir für Sie allerlei Interessantes und Bemerkenswertes aus 100 Ausgaben zusammengestellt. Lassen Sie sich inspirieren!

Fundraising für demokratische Kultur

2006: Im Fundraising-Magazin Nummer 1 erschien ein spannender Bericht des Autors Timo Reinfrank von der Amadeu-Antonio-Stiftung. Seit Ende der 1990er Jahre hatten sich viele Initiativen und Projekte gegen Rechtsextremismus, Rassismus und Antisemitismus gegründet. Sie wollten aufgrund der hohen Anzahl von rechtsextremen Vorfällen nicht nur kurzfristig auf das Problem der Gewalttaten reagieren, sondern sich auch

nachhaltig und professionell für eine demokratische Alltagskultur einsetzen. Aber: Fundraising für die Arbeit gegen Rechtsradikalismus, Antisemitismus und Rassismus unterschied sich grundlegend von anderen Fundraising-Feldern. Es

war, anders als heute, vom Ringen um öffentliche Anerkennung begleitet. Denn angesichts hoher Arbeitslosigkeit und der Verödung ganzer Landstriche wurde Rechtsextremismus besonders in der Kommunalpolitik verharmlost. Engagierte mussten sich oft als „Nestbeschmutzer“ beschimpfen lassen, da Unternehmen und Politiker deren Arbeit als Imageschädigung an der Region (befürchtet wurden Standortnachteile und ausbleibender Tourismus) ansahen. Die Amadeu-Antonio-Stiftung hatte mit zehn Partnern das Modellprojekt „Fundraising für demokratische Kultur“ konzipiert. Orientiert hatte man sich an ähnlichen Initiativen aus der Frauen- und Umweltschutzarbeit. Ziel: Fundraising für zivilgesellschaftliche Initiativen im ganzheitlichen Sinne aufbauen und auch dazu nutzen, Privatpersonen, Unternehmen und Stifter als Multiplikatoren für demokratische Kultur zu gewinnen. Ein Blick ins Jahr 2024 zeigt, wie notwendig diese Arbeit war und ist.

► www.amadeu-antonio-stiftung.de

Erstmals „Das gute Los“



2007: Auf Initiative des Fundraising-Verbandes Austria schlossen sich elf Non-Profit-Organisationen zusammen, um in Österreich eine erste gemeinsame Spendenlotterie für NPOs zu realisieren. Das Ziel war, den für NPOs neuen Lotteriemarkt zu erschließen, Ressourcen zu teilen und vor allem im Sommer den Spendenden ein attraktives Angebot zu machen. Der Fundraising-Verband übernahm gemeinsam mit der SAZ Marketing GmbH dafür die Vorfinanzierung, wodurch die Organisationen keine finanziellen Mittel aufbringen mussten. „Das gute Los“ ist bis heute aus der Spendenlandschaft nicht mehr wegzudenken.

► <https://das-gute-los.at>

2007: Cash oder Crash?
Unter diesem, zugegeben etwas reißerischen, Titel berichteten wir über die Fundraisingkampagne „Hamburg baut ein Wahrzeichen“ der für die Elbphilharmonie wirkenden Stiftung. Die Baukosten betrugen schlussendlich mit rund 866 Millionen Euro mehr als das Elfache der geplanten Summe.



Alle Vögel sind schon ... gezählt



2005: Erstmals wurde in Deutschland die Stunde der Wintervögel durchgeführt. Damit wollte der Landesbund für Vogelschutz in Bayern Daten über das Verhalten der Vögel sammeln, die sich im Winter bei uns aufhalten. Bei Deutschlands größter wissenschaftlicher Mitmachaktion werden seitdem die Auswirkungen der Winterfütterung, die Folgen des Klimawandels und die Bestandsentwicklung erforscht.

Die Aktion dient auch der Öffentlichkeitsarbeit für den Vogelschutzgedanken, dazu, die Kenntnis der heimischen Vogelwelt zu erhöhen und dem Fundraising. In den Jahren 2005 bis 2008 wurde die Stunde der Wintervögel vorerst nur in München und Umgebung durchgeführt, im Jahre 2009 dann erstmals bayernweit. Seit 2010 nimmt Birdlife Österreich teil, seit 2011 beteiligt sich der Naturschutzbund Deutschland mit einer bundesweiten Zählaktion. Seit 2020 gibt es die Stunde der Wintervögel auch in der Zentralschweiz.

► www.lbv.de

Becher spenden für Wasser



2007: Unter dem Titel „Viva con Agua Wassertage“ fand ein erstes Charity-Festival in Hamburg statt. Mit 5000 Besuchern konnten bei der Veranstaltung 30 000 Euro Spenden akquiriert werden, die Brunnen in Benin finanzierten. Seitdem sammelt die NGO Viva con Agua auf Musikfestivals und im Fußballstadion des FC St. Pauli mit bunten Tonnen, Fahnen und „Hugs for Cups“-Schildern die Pfandbecher ein. Der Erlös des Ganzen kommt Trinkwasserprojekten zugute.

► www.vivaconagua.org

100



**100 DIRECT MIND-Fundraiser
und unser Consulting-Team gratulieren
herzlichst zur 100. Ausgabe!**

Mit „Brunnen-Aktien“ durch die Finanzkrise



2008: Im Schatten der Finanzkrise hatte der arche noVa e.V. die ersten Brunnenaktien „Initiative für Menschen in Not“ herausgebracht. Unter dem Motto „Schicken Sie uns in die Wüste“ sollten bis Ende des Jahres 2008, 3000 Aktien à 100 Euro gezeichnet werden. Den Aktionären bot der Verein die Möglichkeit, sich am Bau von Brunnen, Wasserversorgungs- und Hygieneprojekten in Birma, Uganda und Sri Lanka im nächsten Jahr zu beteiligen. Seit 1992 leistet die ostdeutsche, international tätige Hilfsorganisation Katastrophenhilfe. Sie erhält keinerlei institutionelle Förderung oder Grundfinanzierung durch eine Dachorganisation, sondern finanziert sich allein über Spenden.

► <https://arche-nova.org>

Nette Geschenk-Ideen ...



2008: Auf der Website www.hilfe-schenken.ch präsentierte das HEKS, Hilfswerk der Evangelischen Kirchen Schweiz, erstmals zwanzig Präsente, die bei den Beschenkten in Form einer Urkunde und bei bedürftigen Menschen als konkrete Hilfe ankommen. Verschenken konnte man etwa eine Büchse Würmer, ein Plumpsklo, einen Bienenstock, Backsteine oder einen Webstuhl. Mit den eingesetzten Franken ermöglichte man so beispielsweise einer Weberfamilie in Bangladesch eine Starthilfe für ein besseres Leben.

► www.heks.ch

Lueg, so gruusig!

2008: Um auf fehlende Toiletten- und Trinkwasser-Hygiene in Entwicklungsländern aufmerksam zu machen, wählte die Schweizer Organisation Helvetas auch unkonventionelle Wege: Guerilla-Aktionen im öffentlichen Raum und eine Plakatkampagne mit als Skandal empfundenen Motiven. Spenden im Umfang von 14,9 Millionen Franken innerhalb eines Jahres waren das Ergebnis.

► www.helvetas.org



800 000 Spenden-Euro in vier Tagen: Studenten retten ihre Uni



2008: Sich am eigenen Schopf aus dem Sumpf ziehen – das kann nicht nur der Lügen-Baron von Münchhausen, das geht auch in der rauen Wirklichkeit. 2008 stand die private Universität Witten/Herdecke kurz vor der Pleite. Doch dann sammelte die Hochschule in wenigen Wochen Zusagen für Spenden in Millionen-Höhe und sicherte so ihre finanzielle Zukunft. Den Erfolg ermöglichten ein Großsponsor und beherztes Fundraising von Wittener Studenten und Alumni.

► www.uni-wh.de

Hopenhagen – Floppenhagen



2009: Die Welt schaute hoffnungsvoll auf die UN-Klimakonferenz in Kopenhagen und wurde enttäuscht. Fast 200 Nationen hatten sich hier zusammengefunden, um über Maßnahmen gegen den Klimawandel und die Unterstützung armer Länder zu verhandeln. Das Ergebnis: ein nicht bindendes Abkommen, ohne genauen zeitlichen Rahmen, das als „Minimalkonsens“ in die Geschichte einging. Laut Angela Merkel sei es ein „Schritt hin zu einer neuen Weltklimaordnung, nicht mehr, aber auch nicht weniger“. Als „Floppenhagen“, „Nopenhagen“ (Nein-Hagen) und „Cop-out-hagen“ (Drückeberger-Hagen) fasste Kumi Naidoo, Direktor von Greenpeace International, den Gipfel zusammen.

Bitte nicht ausweichen!



2009: Achtung Autofahrer, bitte weichen Sie nicht aus! Es fällt kein Paket aus dem LKW heraus! Täuschend echt wirkt die simulierte 3D-Animation auf dem LKW: In Jute verpackte Pakete stapeln sich auf der Ladefläche, nur im hinteren Teil ist noch eine Lücke. Daneben die Information: „Für Ihre Hilfe ist noch Platz.“ – action medeor! Gefahren wurde der LKW von einer Krefelder Spedition mit jährlicher Kilometerleistung von über 100 000 Kilometer.

► <https://medeor.de>



2009: Für die deutsche Sektion von Amnesty International entwickelte die Agentur GFS Fundraising & Marketing die Kampagne „Denkzettel verteilen“. Ein Denkzettel-Post-it®-Block in leuchtendem Gelb stand symbolisch für die Arbeit von Amnesty International. Denn immer wenn die Menschenrechte verletzt werden, verteilt Amnesty einen Denkzettel an die Verantwortlichen und erinnert an die Opfer. Die Aktion wurde mit dem Deutschen Fundraising-Preis in der Kategorie „Beste Fundraising-Kampagne“ ausgezeichnet.

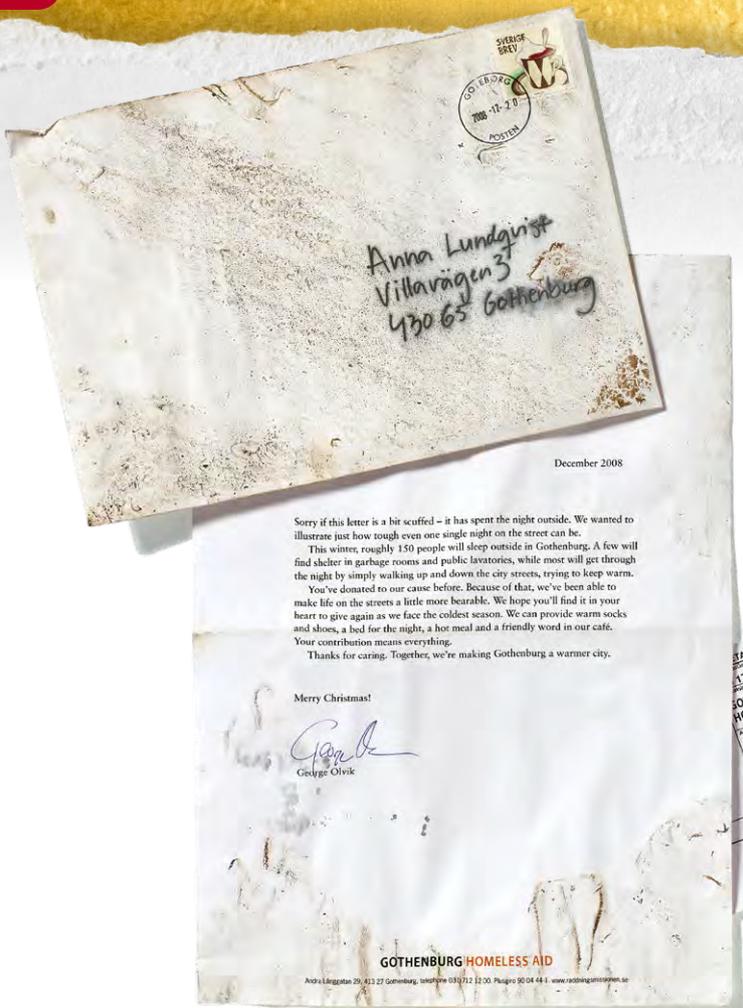
► www.amnesty.de

Im Briefkasten wohnen?

2009: Hamburgs Bürgerinnen und Bürger wurden von der Organisation Vier Pfoten überrascht. Aus ihren Briefkästen hingen kleine „Nerzschwänzchen“. Das täuschend echt aussehende Kunstfell-Schwänzchen war an einer Postkarte befestigt. Die Abbildung zeigt seidiges Fell, der Text erzählt vom Leid des begehrten Amerikanischen Nerzes und seinem kurzen, qualvollen Leben in deutschen Pelztierfarmen, eingesperrt in winzige Käfige – die Wohnbox kaum größer als der eigene Briefkasten – wer möchte schon so wohnen?

► www.vier-pfoten.de





Auf der Straße übernachtet für Authentizität

2010: „Ich bin nur ein Brief und habe eine Nacht in den Straßen von Göteborg verbracht. Schauen Sie, wie dreckig es mir geht.“ Eine aufmerksamkeitsstarke Kampagne der Organisation Gothenburg Homeless Aid: In überschaubarer Auflage – das Mailing ging an 1500 Haushalte – wurden die fertig konfektionierten Briefe in einer regnerischen Novembernacht dem Straßengraben ausgesetzt. Die von den Obdachlosen selbst wieder eingebrachten und getrockneten Sendungen fanden ihren Weg in sprichwörtlich verwahrlostem Zustand in die Briefkästen der potenziellen Spenderinnen und Spender. Response: 22 Prozent, Durchschnittsspendenhöhe: 29 Euro. Die Kampagne wurde mehrfach ausgezeichnet und gilt heute als Musterbeispiel für klare Spendenkommunikation, die den emotionalen Kern perfekt trifft.

Oxfam Trailwalker erstmals in Deutschland



2010: Der 100-Kilometer-Spendenlauf Oxfam Trailwalker feierte gleich doppelt Premiere: im idyllischen Harz und am heimischen PC. Gezielt eingesetzte Social-Media-Tools machten aus dem lokalen Event ein globales Ereignis. Highlight war der 30-stündige Livestream. „Wie weit würdest du für die gute Sache gehen?“ Diese Frage wirft Oxfam Deutschland auf und potenziert das Prinzip des Spendenlaufs: Damit ein Team an den Start gehen kann, muss es zuvor mindestens 2 000 Euro für Oxfams Projekte gesammelt haben.

Menschenhandel beenden



2010: Wer erinnert sich noch ans Warten auf dem Flughafen, bis endlich das Gepäck übers Band rollt? Statt Werbung für Autovermietung und Co. zog dieser Koffer die Aufmerksamkeit auf sich. Die Aktion „Stopt Menschenhandel“ von Amnesty International gewann auch den ersten Preis im Wettbewerb Sozialkampagne der Bank für Sozialwirtschaft. Mit dem Wettbewerb sollte die Vielfalt der Werbung für soziale Themen deutlich gemacht werden.

► www.sozialbank.de

► www.oxfamtrailwalker.de

„Stop talking. Start planting.“



2011: Etappenziel erreicht: Der millionste Baum wurde in Deutschland gepflanzt. Das Motto der Schülerinitiative Plant-for-the-Planet: Hört auf zu reden, fangt an zu pflanzen. Neben einer Reduzierung der Treibhausgase wollen sie Klimagerechtigkeit im Sinne eines einheitlichen CO₂-Ausstoßes für alle Menschen erreichen. Die Aktion fand ihren Ursprung 2007 in einem Schulreferat des damals 9-jährigen Felix Finkbeiner. Am Ende seines Vortrages erklärte er „seinen Plan“ für den CO₂-Ausgleich: In jedem Land der Erde könnten die Kinder eine Million Bäume pflanzen. Was zu Beginn als fixe Idee schien, entwickelte sich in den folgenden Jahren zu einer weltweiten Bewegung.

► www.plant-for-the-planet.org

Trojanisches T-Shirt

2011: Gesprächsstoff beim Rechtsrockfestival namens „Rock für Deutschland“. Auf T-Shirts, die gratis an die Teilnehmer verteilt wurden, prangte der Schriftzug „Hardcore Rebellen – National und frei“. Das war ganz im Sinne der Festivalgänger, weshalb sie die geschenkten Kleidungsstücke begeistert annahmen. Allerdings hielt diese Begeisterung nicht lange an. Nach der ersten Wäsche offenbarte das Shirt seine eigentliche Botschaft: „Was Dein T-Shirt kann, kannst Du auch – Wir helfen Dir, Dich vom Rechtsextremismus zu lösen“, inklusive der Kontaktdaten der Aussteiger-Initiative Exit Deutschland. Die Aktion war eine beeindruckende Guerilla-Maßnahme gegen Rechtsextremismus, ironischerweise durchgeführt von genau jenen Personen, die sie bekämpfen will. Die kreative Idee dazu stammte von einem Werbefachmann aus Hamburg, der verständlicherweise anonym blieb. Der Erfolg war so durchschlagend, dass sogar manch ein Neonazi per Twitter die Sache lobte: „Warum fällt uns so was nicht ein?!“

► www.exit-deutschland.de



Aufrunden bitte!



2012: An vielen Kassen in Deutschlands Einkaufstempeln wurde man durch Flyer und blaue Sprechblasen fröhlich aufgefordert zum „Aufrunden bitte“. Die Idee der Stiftung „Deutschland rundet auf“ funktionierte sofort. Schon im ersten Monat folgten zwei Millionen Menschen dem Aufruf und erzielten mit kleinen Cents eine große Wirkung. Das Prinzip ist einfach: An den Kassen können Kunden ihren Einkaufsbetrag bis auf die nächsten vollen zehn Cent aufrunden, etwa von 4,95 Euro auf fünf Euro. Der Betrag wird über den Handelspartner abgerechnet und fließt anschließend an die Stiftung für soziale Projekte.

► <https://deutschland-rundet-auf.de>

Lebensräume bewahren

2012: Erster Platz beim „flyer-alarm design award“: das Plakatmotiv für die Organisation Naturefund. Die NGO kauft Flächen, um dort Natur zu bewahren. Bereits zum dritten Mal hatte das Druckunternehmen den Award zu Gunsten gemeinnütziger Organisationen ausgeschrieben, etwa 200 kreative Köpfe beteiligten sich mit 337 Arbeiten. Das Fundraising-Magazin unterstützte dies gern als exklusiver Medienpartner.



Anschaulich zeigen, was Spenden bewegen



2012: Spendenplakate gibt es viele, und immer ist da die Sorge: Wie kommt das bei den Spendern an? Auch ist nicht sicher, ob das Plakat wirklich zum Spenden animiert. Das katholische Hilfswerk Misereor versuchte gemeinsam mit der Werbeagentur Kolle Rebbe, den Weg vom Plakat zur Spende zu veranschaulichen. Durch den Einwurf von zwei Euro in das Citylightposter am Hamburger Flughafen konnten die Nutzer sehen, dass ihre Spende etwas bewegt. Wie auf einer Murmelbahn rollte die eingeworfene Zwei-Euro-Münze durch das Plakat und löste dabei verschiedene Mechanismen aus. Auf ihrem Weg ließ sie zum Beispiel einen Krankenwagen fahren, Bäume für südafrikanische Bauern wachsen oder sie öffnete einen Theatervorhang für arbeitslose Jugendliche in Buenos Aires, denen Misereor dabei hilft, ihre Talente zu fördern. Die 2-Euro-Kampagne gibt es bis heute.

► <https://2-euro-aktion.de>

Autsch!



2012: Die „Fairtrade – what else?“-Kampagne von Solidar Suisse zeigte, wie man einen Multi-Konzern wie Nestlé mit der Macht des Internets ins Schwitzen bringt. Der Youtube-Clip „Der geheime Clooney-Spot, den Nespresso verbieten will“ war eine Parodie auf den bekannten Werbefilm des Edelkaffees: Ein Clooney-Double tritt aus dem Nespresso-Shop, weicht dem herabstürzenden Piano zwar noch geschmeidig aus – wird kurz darauf aber vom Nespresso-Reklameschild getroffen. Erst auf den Kopf, dann in die Weichteile. Das tat schon beim Zuschauen weh. Dazu tönte eine Stimme aus dem Off: „Sorry George, so fühlt es sich an, wenn man als Kaffeepflücker ausgebeutet wird.“ Anschließend folgte die Aufforderung, George Clooney selbst auf *solidar.ch* eine Mail zu schreiben, damit dieser sich bei Nestlé für fair gehandelten Kaffee einsetzt. Lohn für Mut und Kreativität: 1 000 000 Youtube-Aufrufe und 40 000 E-Mails an George Clooney.

► <https://solidar.ch>

Die Spenden-Flut kanalisieren



2013: Hochwasserkatastrophe in weiten Teilen Deutschlands. Viele Menschen wollten für konkrete Projekte vor Ort spenden, wie für eine zerstörte Kita oder ein abgesoffenes Tierheim. *flutspenden.de* hieß das Portal, welches das Team des Fundraising-Magazins in nur 48 Stunden aufbaute, um Spenden für vom Hochwasser betroffene regionale Vereine und Initiativen direkt ans Ziel zu bringen.

► www.flutspenden.de

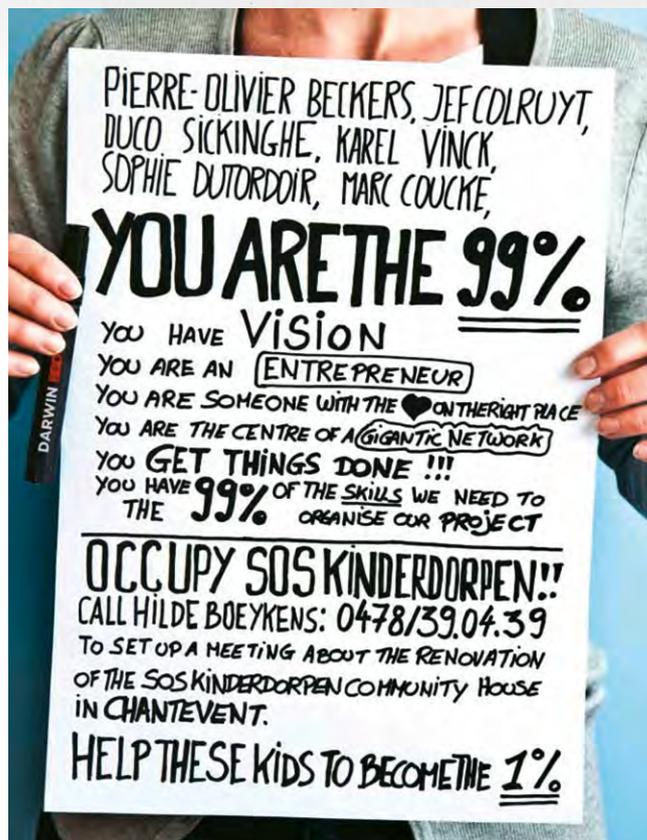
Wie viel ist Ihnen eine Stunde auf Facebook wert?



2012: Die Time-Spend-App von SOS-Kinderdorf wollte „aus einem Social Network ein echtes soziales Netzwerk“ machen: User riefen die App über die Facebook-Seite von SOS-Kinderdorf auf, bestimmten, was ihnen eine Stunde Facebook wert ist und surfen anschließend wie gewohnt weiter. Am Ende der Woche wurde „abgerechnet“. SOS-Kinderdorf e.V. wandelte die so generierten Geldspenden anschließend wieder in reale Zeit um, indem neue SOS-Kinderdorf-Mütter und -Väter eingestellt und so mehr Betreuungszeit für mehr hilfsbedürftige Kinder bereitgestellt werden konnte.

► www.sos-kinderdorf.de

Per Printanzeige zu Großspenden



2012: Mit einer einzigen Printanzeige im führenden Wirtschafts-magazin ihres Landes hatten sich die SOS-Kinderdörfer aus Belgien namentlich an die Führungskräfte bedeutender Unternehmen gewandt – vom Pharma-Konzern über die Supermarkt-Kette bis zum Stromanbieter. Unter den sechs Namen der Adressaten stand – in Anlehnung an die Occupy-Wall-Street-Demonstrationen – der Slogan: „You are the 99 %“. Außerdem attestierte die Anzeige den Wirtschaftsbossen, dass sie Visionen haben und das Herz am richtigen Fleck tragen, dass sie Macher sind und über gute Kontakte verfügen. Vor allem aber, dass sie eines haben: 99 Prozent der Mittel, die nötig sind, um das Gemeinschaftshaus im SOS-Kinderdorf in Chantevent wieder in Schuss zu bringen. Schließlich ist das SOS-Kinderdorf in Chantevent nicht nur das größte, sondern auch das älteste Dorf, in dem die Organisation in Belgien Waisen betreut.

Statt sich an möglichst viele Unterstützer zu wenden, widmete die Organisation ihre Anzeige einem kleinen Kreis an Personen, verfehlte ihr Ziel jedoch nicht: 50 Prozent Response, 17 Prozent Conversion und ein unendlich hoher Return on Investment, da die Gestaltung und Platzierung der Anzeige gratis übernommen wurden. Die finanzstarken Adressaten wurden zuvor noch nie von der Organisation angesprochen und wären – so die Vermutung – auch nicht über Telefon, E-Mail oder Sekretärinnen erreichbar gewesen.

► www.sos-villages-enfants.be

Spendenschiffchen 3.0



2013: Erster Pilotversuch für Spenden per Near Field Communication (NFC) bei der Deutschen Gesellschaft zur Rettung Schiffbrüchiger. „Diese Technologie ist in nahezu allen künftigen Smartphones eingebaut und wird als Zahlungsmittel-Technologie von Seiten vieler Banken als auch von Mobilfunkanbietern und Google massiv vorangetrieben“, hieß es dazu. Zur Anwendung war keine weitere App erforderlich; beim Berühren des passiven NFC-Chips auf den traditionellen Spendenschiffchen mit dem Handy wurde direkt die Website aufgerufen, über die gespendet werden konnte. Per Telefonrechnung wurde das Geld abgebucht.

► www.seenotretter.de

Im rosa Tutu gegen den Krebs



2013: Das Social-Media-Phänomen vom Mann im rosa Tutu kommt im deutschsprachigen Raum an. Die Deutsche Telekom hatte ein Video über die Aktion gemacht und so maßgeblich zur viralen Verbreitung beigetragen. Anfangs als extrovertierte Kuriosität betrachtet, birgt das Kunstprojekt des Fotografen Bob Carey eine tiefere Bedeutung. Es dient als ergreifende Liebeserklärung an seine an Krebs erkrankte Frau und hat sich zu einem Zeichen der Hoffnung und Lebensfreude entwickelt. Tausende Menschen fühlten sich angesprochen und posteten selbst Bilder.

► <https://thetutuproject.com>

Ink, Not Mink



2013: So sexy konnte Tierrechtsbewusstsein aussehen: Zwölf bekannte Tattoo-Models hatten nahezu alle Hüllen fallen gelassen, um zusammen mit PETA Deutschland gegen das Tragen von Pelzen zu protestieren. „Ink, Not Mink“ forderten die Schönheiten und zeigten, dass sie keine Pelze brauchen, um ihre Körper in Szene zu setzen. Einige der Damen lebten auch selbst konsequent tierfreundlich und vegan.

► www.peta.de

Rekord an SMS-Spenden beim Schweizer Roten Kreuz



2014: Während des Jahrhundert-Hochwassers auf dem Balkan war das Schweizer Rote Kreuz (SRK) bereits am ersten Katastrophentag mit seinen Partnerorganisationen vor Ort und konnte aktiv werden. Und sogleich erzielte das Hilfswerk einen einzigartigen SMS-Spendenrekord: 300 000 Schweizer Franken in nur drei Tagen. Möglich wurde dies durch das SRK-Spendenwidget von RaiseNow, welches innerhalb weniger Stunden freigeschaltet und auf der SRK-Website sowie bei Social Media verlinkt war. Den Rest erledigte die Community.

► www.redcross.ch

Modische Maschen für den Flamingo?



2014: Um seine Patenschaften zu bewerben, hatte der Zoo Zürich gemeinsam mit der Agentur Advico in der Vorweihnachtszeit eine Plakat-Kampagne gestartet. Frei nach dem Motto: „Auch die Tiere im Zoo Zürich haben zu Weihnachten etwas Wärme verdient“, bewarben die Motive mit Strick-Chick für Affen, Robben und Co. über 300 verschiedene Tierpatenschaften.

► www.zoo.ch

Eimerweise Eiswasser



2014: Die Ice Bucket Challenge machte auf die Nervenkrankheit Amyotrophe Lateralsklerose (ALS) aufmerksam und sammelte Spendengelder für deren Erforschung und Bekämpfung. Die Herausforderung bestand darin, sich einen Eimer kaltes Wasser über den Kopf zu gießen (somit sollte man nachempfinden können, wie sich ALS anfühlt) und danach Personen für das Nachmachen zu nominieren sowie 10 US-Dollar bzw. Euro an die ALS Association zu spenden. Die Teilnehmer wurden öffentlich über soziale Netzwerke herausgefordert. Die Challenge musste innerhalb von 24 Stunden angenommen und mit einem wiederum hochzuladenden Video belegt werden. Viele Prominente beteiligten sich an der Aktion. Bis Ende 2014 waren weltweit 200 Millionen US-Dollar gesammelt.

► www.als.org

Aktion „Wirtschaft hilft!“



2014: Um das soziale Engagement der österreichischen Unternehmen weiter auszubauen, sichtbar zu machen und das Spendenvolumen zu steigern, rief der Fundraising Verband Austria 2014 die Aktion „Wirtschaft hilft!“ ins Leben. Herzstück ist das Magazin „Spendenguide für Unternehmen“. Darin werden Best-Practice-Beispiele engagierter Betriebe vorgestellt. Ein Höhepunkt der Initiative sind die jährlichen „Wirtschaft hilft!“-Awards.

► www.wirtschaft-hilft.at

Rechts gegen rechts: der unfreiwillige Spendenlauf



2014: Ein Naziaufmarsch in Wunsiedel (Oberfranken) wurde in einen Spendenlauf umfunktioniert. Mit jedem gelaufenen Meter sammelten die Rechtsextremen unfreiwillig Spenden für die Initiative Exit Deutschland, die Rechtsextremen beim Ausstieg aus der Szene hilft. Dabei wurden die marschierenden Nazis durch Banner und Parolen auf dem Asphalt, einen Verpflegungsstand mit Bananen (!) und freundliche Menschen am Wegesrand angefeuert. Das Geld dafür wurde von Bürgern und Kleinunternehmen bereitgestellt.

Vor allem medial war die Aktion ein großer Erfolg: Viele wichtige Medien berichteten, das YouTube-Video wurde in drei Tagen über eine Million Mal angeklickt, es wurde geteilt, geliked, retweetet ... Auch international schlug die Aktion ein. Bei der Washington Post Online war der Artikel über drei Tage auf Platz 1 der „world most read“-Artikel, der Rolling Stone berichtete ebenso wie Russia Today oder das schwedische Fernsehen. An Spenden kamen 10 000 Euro zusammen, die sich rasch vermehrten. Etliche Nachahmer-Aktionen in anderen Orten folgten.

Die mehr als ungewöhnliche Spendenkampagne wurde mit zahlreichen Preisen, unter anderem dem Deutschen Fundraising-Preis, ausgezeichnet. Noch im selben Jahr startete man die Aktion „Hass hilft“, bei der für jeden Hasskommentar auf Sozialen Medien ein Euro in den Spendentopf für Flüchtlingsprojekte rollte.

► <https://rechtsgegenrechts.de>

► www.hasshilft.de



Skala-Initiative startet

2016: Die reichste Frau Deutschlands will in den nächsten fünf Jahren 100 Millionen Euro in gemeinnützige Organisationen investieren.

Susanne Klatten, BMW-Großaktionärin (Foto), hatte sich dafür das Analyse- und Beratungshaus Phineo an die Seite geholt. Rund 100 gemeinnützige Organisationen und Vorhaben in den Förderbereichen Inklusion und Teilhabe, Kompetenz- und Engagementförderung, Brücke zwischen den Generationen sowie Katastrophenhilfe sollten von den Geldern profitieren. Die Vorschläge, wer in den Kreis der 100 wirksamen Organisationen kommt, die Gelder aus dem 100-Millionen-Topf erhalten,



macht Phineo. Die Entscheidung, welche Projekte unterstützt werden, trifft aber Klatten selbst.

► www.skala-initiative.de

Zocken für den guten Zweck



2016: Nicht nur die Videospiele entwickeln sich ständig weiter – auch die Kultur der Gamer. Und die kam nun auch im DACH-Raum an. So begeistern internationale Events, bei denen Geld für den guten Zweck gesammelt wird, auch europäische Fans. Zum Beispiel „Games Done Quick“: Hier spielen die Teilnehmer verschiedene Spiele schnellstmöglich bis zum Endbildschirm. Für die mehrtägige Aktion treffen sich die Gaming-Profis in einem Hotel. Von dort wird die gesamte Veranstaltung weltweit übertragen. Die Zuschauer verfolgen das Erreichen neuer Weltrekorde und können durch Spenden verschiedene Herausforderungen in den Spielen freischalten oder Spielfiguren benennen. So bleiben Spiele und Spendererlebnis bis zum Schluss spannend.

► <https://gamesdonequick.com>

#GivingTuesday Deutschland



2015: Nun erstmals auch in Deutschland: Am jeweils ersten Dienstag im Dezember dreht sich alles um die Themen Geben und Gutes tun. Unternehmen initiieren Spendenaktionen, Schüler organisieren Kuchenbasare, NGOs rufen zum Spenden auf ... In Deutschland stand betterplace.org hinter der Kampagne.

► www.givingtuesday.de

Bargeld-Brief statt Bank-Überweisung



2016: Während viele NGOs voll auf Digitalisierung setzen, ging die Evangelische Gesellschaft Stuttgart hier einmal andere Wege: Inspiriert durch ein Mailing der Roten Nasen Österreich entwickelte man eine Spendenbitte mit der Möglichkeit, verbunden mit einer Grußkarte Bargeld einzuschicken. Etwa 1000 einzelne Bargeld-Spenden waren das überraschende Ergebnis.

► www.eva-stuttgart.de

Deutsche Postcode Lotterie

2016: Die Deutsche Postcode Lotterie ging an den Start. Deren Wurzeln liegen in den Niederlanden. 1989 entstand dort die erste Postcode Lotterie, es folgten Schweden, Großbritannien, Deutschland und Norwegen. Das Besondere: Man nimmt nicht mit irgendeiner beliebigen Zahl teil, sondern mit dem eigenen, persönlichen Postcode, der sich aus der Postleitzahl und zwei Buchstaben für die Straße zusammensetzt. Auf diese Weise gewinnen



oft auch Nachbarschaften oder Ortsteile, was die Gemeinschaft stärkt. Die Soziallotterie fördert mehrere Tausend soziale und grüne Projekte mit über 100 Millionen Euro, denn 30 Prozent der Lotterie-Einnahmen gehen an diese guten Zwecke.

► www.postcode-lotterie.de

Diese Tiere sind limitiert



2018: Der Modehersteller Lacoste lancierte eine „Save our Species“-Capsule-Kollektion, bei der das legendäre Markenzeichen, das Krokodil, seinen angestammten Platz auf dem Poloshirt zehn bedrohten Tierarten überließ. Die Shirts kosteten jeweils 150 Euro und waren im Online-Shop binnen kürzester Zeit ausverkauft. Die Erlöse kamen dem „Save Our Species“-Programm der Weltnaturschutzorganisation IUCN zugute.

► <https://iucn.org/teaming-up-with-lacoste-to-champion-awareness-of-threatened-species-conservation>

Charity Streams: Friendly Fire und Loot für die Welt



2017: Beliebte Webvideo-Stars starteten wieder ihre Social Campaigns auf YouTube und Twitch – mit großem Erfolg. Besonders „Friendly Fire“ und „Loot für die Welt“ (Foto) standen 2017 im Fokus, denn diese Initiativen gingen direkt von den YouTubern und ihren Communities aus. Die Zuschauer sind überwiegend in der Altersgruppe von 18 bis 25 Jahren: jung genug für verrückte Ideen, alt genug für ein eigenes Konto. So schauten 2017 „Friendly Fire“ etwa 90 000 Leute gleichzeitig an. 300 000 Euro kamen auf diese Weise aus Zuschauerspenden, Merchandise-Verkäufen und Sponsorengeldern zusammen. Mit insgesamt reichlich 170 000 Euro konnten „Loot für die Welt“ ihr Ergebnis vom Vorjahr verdoppeln. Schon im Folgejahr werden beide zusammen innerhalb weniger Stunden über eine Million Euro für gemeinnützige Projekte gesammelt haben.

► <https://gronkh.tv> ► <https://lfdw.live>

Leipziger Hospiz-Kampagne



2017: Sicher gehört auch etwas Mut dazu, eine derartige Kampagne zu einem überaus sensiblen Thema zu veröffentlichen. Die Plakate hingen im Sommer einen Monat lang an 100 Stellen im Leipziger Stadtgebiet. Zudem wurden Postkarten mit dem Motiv verteilt. Kurz vor dem Kampagnenstart veröffentlichte die Leipziger Volkszeitung einen Artikel, in dem auch auf die finanzielle Situation von Hospizen eingegangen wurde – für das auf Spenden angewiesene Hospiz „Advena“ ein großer Erfolg.

► www.hospizium-leipzig.de

Bring Licht herein!



2017: Ein aussichtsloses Unterfangen schien die denkmalgerechte Sanierung der kleinen spätbarocken Dorfkirche aus dem Jahre 1749 zu sein. Doch dann begann eine Fundraising-Aktion alle mitzureißen. Ihr Geheimnis: das fehlende Budget. Ihre Herausforderung: die fehlende Listung als Denkmal. Ihr Antrieb: der große Zusammenhalt der kirchlichen und weltlichen Gemeinde.

Weihnachten galt sie unter Anwohnern als Geheimtipp. Christvesper im Kerzenschein, wie romantisch! Tatsächlich gab es in der Kirche im sächsischen Röhrsdorf nahe Dresden bis zum Jahr 2017 kein zeitgemäßes elektrisches Licht. Beim Beantragen von Fördermitteln stellte sich heraus, dass die Kirche gar nicht als Denkmal registriert war. Kein Denkmal – kein Geld. Das Gebäude war dem zuständigen Amt bis dato unbekannt.

Experten schätzten die Kosten auf 250 000 Euro. Zehn Prozent Eigenanteil musste die kleine Gemeinde aufbringen. Der Vorteil einer dörflichen Gemeinschaft ist der, dass jeder jeden kennt. Und so war dem Kirchenvorstand aufgefallen, dass in der Nähe „so eine Spenden-Firma“ ansässig ist: das Fundraising-Magazin. Das Team half nicht nur mit der Pro-Bono-Kampagne „Bring Licht herein!“ – es vermittelte auch immer wieder Zuversicht, innerhalb nur eines Jahres die benötigte Summe einzuwerben, was auch gelang. 2018 belegte die Schlosskirchengemeinde Lockwitz mit der Kampagne „Bring Licht herein!“ den zweiten Platz beim Deutschen Fundraising-Preis. Kategorie: Kleines Budget, große Wirkung.

► www.bring-licht-herein.de

Fridays for Future



2018: Eine globale soziale Bewegung, ausgehend von Schülern und Studierenden, die sich für möglichst umfassende, schnelle und effiziente Klimaschutz-Maßnahmen einsetzten, stand von nun an jeden Freitag im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit: Fridays for Future. Nach dem Vorbild der Initiatorin Greta Thunberg bestreikten Schüler freitags den Unterricht und gingen auf die Straße, um für eine wirksame Klimapolitik zu demonstrieren. Der Protest verbreitete sich weltweit. In Wissenschaft und Zivilgesellschaft bildeten sich zahlreiche Unterstützergruppen.

► <https://fridaysforfuture.org>

Weltrekord-Versuch im Backen

2018: In Zürich sollte der weltgrößte Kuchen entstehen. Ganze 17 x 17 Meter sollte die Kreation messen. Damit hofften die Kampagnen-Macher aber nicht nur, den aktuellen Guinness-Rekord zu brechen, es ging auch um ein wichtiges Anliegen. Der Kuchen sollte aus 3000 Einzelteilen zusammengesetzt werden, die im Vorfeld von genau so vielen Spendern gebacken wurden. Der Plan: Kuchen in 200 000 Stücke teilen, diese einzeln für den guten Zweck verkaufen. Spendenziel: 500 000 Franken zugunsten des Vereins Kinderkrebs Schweiz. Begleitet von Social-Media-Aktivitäten, einem Crowdfunding und dem Vertrieb von Backsets, blieb der gute Zweck lange im Gespräch.

Leider hat es letztendlich mit dem Weltrekord nicht geklappt; aber die Arbeiten am Projekt haben allen viel Spaß gemacht.

► www.amore-backrekord-mit-herz.org



„Wir haben den Plan für Klimaneutralität bis 2035“



2019: Aus der Umweltbewegung und dem grünen Investment kamen Menschen zusammen und stellten fest: „Mit der derzeitigen Klimapolitik verpasst Deutschland das 1,5-Grad-Ziel des Pariser Abkommens. Das Wissen dazu haben wir längst. Doch es fehlte ein Plan, ein gesetzlicher Gesamtrahmen, es umzusetzen.“ Sie beschlossen: „Wir machen ihn einfach selbst.“ Das war die Geburtsstunde von German Zero. Ihr 1,5-Grad-Gesetzespaket enthält nötige Klimamaßnahmen auf Bundesebene. Mit Politikgesprächen werben sie seitdem dafür. Das Netzwerk LocalZero bietet Kommunen eine Klimavision und will so einzelne Ort klimaneutral machen.

► www.germanzero.de

Benni Over für Orang-Utans

2019: Die Orang-Utans in Indonesien sind vom Aussterben bedroht, weil ihre Lebensräume auf Borneo und Sumatra schwinden. Der Deutsche Benni Over setzt sich für den Schutz der gefährdeten Tiere



ein. Was einst mit einem Besuch im Zoo begann, ist zu seiner Lebensaufgabe geworden. Dafür ist der schwerkranke junge Mann nun sogar im Rollstuhl in den Regenwald gereist und hat ein Buch geschrieben: Benni Buch „Henry rettet den Regenwald“ richtet sich an Kinder. Benni Ziel ist es, Kinder und Jugendliche über die Umweltprobleme zu informieren, damit die dann ihr Wissen an Eltern und Lehrer weitergeben können. Nach einer Veranstaltung sei es oft so, dass Kinder

mehr über die ganzen Zusammenhänge wissen als ihre Eltern, und zwar nicht nur in Bezug auf die Orang-Utans, sondern über Umweltzerstörung und bewussten Konsum im Allgemeinen.

► www.henry-rettet-den-regenwald.de

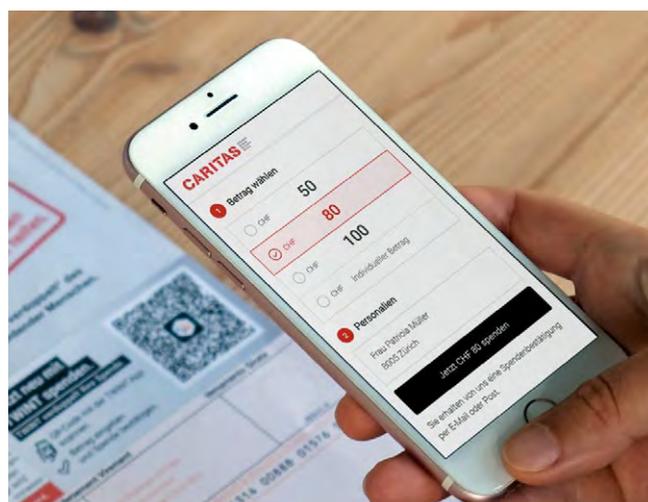
Lutscher rettet Leben



2019: Pünktlich zum internationalen Kinderkrebstag präsentierte die Knochenmarkspenderzentrale Düsseldorf am Universitätsklinikum Düsseldorf einen besonderen Lolly. Ist er aufgelutscht, bleibt ein Wattestäbchen übrig, mit dem man sich schnell und einfach als potenzieller Stammzellspender registrieren lassen kann und somit vielleicht zum Lebensretter für ein an Blutkrebs erkranktes Kind wird.

► www.lifelolly.com

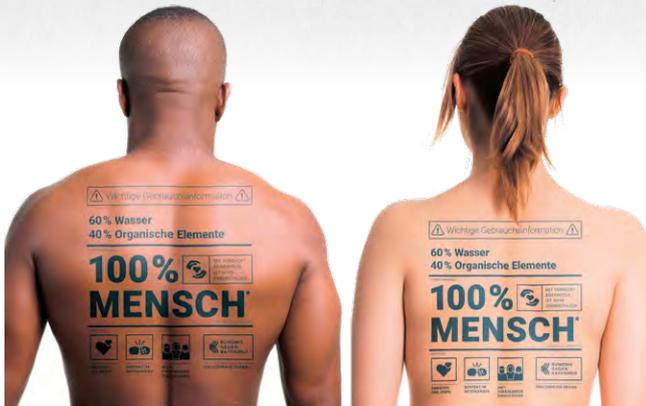
Leichter spenden per Twint-App



2019: Wer in der Schweiz lebt, brauchte ab sofort nur noch eine Smartphone-App fürs Spenden. Und das Direct-Mailing erlebte einen neuen Aufschwung, denn das aufwendige Spenden mit einem Einzahlungsschein sollte dank der Twint-App bald der Vergangenheit angehören. Die Caritas ging mit einem Pilotprojekt nebst gelungenem Cross-Channel-Fundraising voran.

► www.twint.ch

100 Prozent Mensch



2019: Das „Bündnis gegen Rassismus“ fordert mehr Menschlichkeit und hat dazu eine Kampagne gestartet, die sich gegen Rassismus und Diskriminierung stellt und die Unantastbarkeit der Menschenwürde in den Mittelpunkt rückt. Das Bündnis aus 40 Vereinen, Wohlfahrtsverbänden und Religionsgemeinschaften in Sachsen setzt sich für Offenheit und Toleranz im Alltag ein. Wer die Kampagne unterstützen wollte, konnte online T-Shirts, Plakate und Banner bestellen. ► www.buendnisgegenrassismus.de

Alles Gold, was glänzt



2020: Früher ging es um die goldene Ananas, seit Corona um die goldene Klorolle. Eine solche hatte die United Charity gemeinnützige Stiftungs GmbH auf ihrem Online-Portal zugunsten von „Ein Herz für Kinder“ versteigert. Die Toilettenpapier-Rolle ist mit 23,75 Karat Gold ummantelt. Angefertigt hat sie die ungarische Malerin Eva Konya. ► www.unitedcharity.de/Auktionen/Sweet-Home-Objekt-Konya

Nachtleben im Homeoffice



2020: Corona-Lockdown. Auch die Zürcher Nachtgastronomie sah sich in einer existenziellen Notlage. Aber auch in dieser Krise steckte eine Chance, nämlich das „Züribrätt“. Ein von ein paar Freunden kreiertes Brettspiel mit Spotify-Playlist und Instagram-Filter wird in kurzer Zeit zum Kultobjekt. 3000 verkaufte Exemplare spielten 72 000 Franken als Spende an den Verein BCK, in dem die Clubs organisiert sind, ein. Dafür gab es 2022 den SwissFundraising Award. ► <https://bckzh.ch>

Fußball ohne Liga



2020: Zu blöd, wenn Vereine wegen Covid-19 nicht auflaufen dürfen! Fußball-Viertligist 1. FC Lokomotive Leipzig dachte sich: Wenn schon nicht spielen, dann richtig – und rief zur Aktion „Leute, macht die Bude voll!“ auf. Anknüpfend an alte Europapokalzeiten des Traditionsclubs verkaufte der Verein das legendäre Heimspiel gegen den FC Girondins de Bordeaux vor 120 000 Menschen virtuell noch einmal: für einen Euro pro Ticket. Offenbar ein genialer Steilpass, auch für Fans gegnerischer Vereine, die diesmal Glückwunschschaften beim Ticketkauf hinterließen. Innerhalb von nur einem Monat zappelten im Online-Shop über 130 000 Buchungen. Die Wahrheit liegt auf dem Platz! ► www.lok-shop.de



2020: Im Kampf gegen Zensur hat die NGO „Reporter ohne Grenzen“ eine Minecraft-Bibliothek erstellt, die zensierte Artikel überall auf der Welt frei zugänglich macht. Im „digitalen Zuhause der Pressefreiheit“ können Journalistinnen und Journalisten in ihren Heimatländern zensierte Artikel veröffentlichen und verbreiten. Zu Beginn fasste die Bibliothek 200 Bücher, stetig kamen weitere hinzu. Neben einer Eingangshalle mit Informationen zur Pressefreiheit umfasst das Gebäude fünf weitere Räume, die jeweils einem Land gewidmet sind.

► www.uncensoredlibrary.com

Herz im Sonderangebot

HUMAN Herz € 0,00
Bewertung 5,0

- menschlich
- stabile Frequenz
- infarktfrei
- Klappen (Originalzustand)
- nicht bluthochdruckbelastet
- Zustand: gebraucht

Warum ist das Organ nicht erhältlich?
Organe können nicht verkauft oder gekauft werden. Der Bedarf für ein Spenderorgan ist in Deutschland aber extrem hoch. Derzeit warten mehr als 10.000 Menschen auf ein lebensrettendes Organ. Demgegenüber stehen gerade mal rund 955 Menschen, die im vergangenen Jahr ihre Organe gespendet haben. Die Folge: Im Schnitt sterben drei Menschen täglich. Sie hätten mit einem Organ möglicherweise gerettet werden können. Deshalb sollte jeder darüber nachdenken, ob er mit seinem Körper nach dem Tod noch Leben retten möchte oder nicht. Informationen zur Organspende und zum Organspendeausweis finden Sie online unter: www.ueber-leben.de.
Ja, ich habe mich entschieden.

ZUM SPENDERAUSWEIS

Andere Menschen interessieren sich für:

2020: Im Januar bot die „Stiftung Über Leben“ zusammen mit der Mediaplus-Agenturgruppe im „BILD-Shop“ ein menschliches Herz an – direkt neben Herrenbekleidung und Haushaltwaren. „Mit der provokanten Aktion sollte auf eindringliche Weise darauf hingewiesen werden, dass jedes Jahr in Deutschland über 1000 Menschen sterben, weil ein passendes Spenderorgan ‚nicht erhältlich‘ ist“, erklärt Dr. Jorit Ness, Geschäftsführer der „Stiftung Über Leben“. Beim Klick auf das Herz erschien eine Detailseite, auf der die funktionalen Eigenschaften eines gesunden menschlichen Herzens und der Erhaltungszustand des „Produkts“ genau beschrieben wurden. Außerdem bekamen die Interessenten Infos zur aktuellen Situation von Transplantationspatienten in Deutschland. Und natürlich war der gültige Organspendeausweis zum Ausfüllen nur zwei Klicks entfernt.

► www.ueber-leben.de

Nicht von Pappe? Eben!



2020: Ein bisschen erinnert das Motiv an die Kampagne „Weniger ist leer“ von Brot für die Welt. Was sich Save the Children Schweiz hier allerdings hatte einfallen lassen, war eine Streuwurfsendung, die an 700 000 Haushalte ging. Diese erhielten tatsächlich einen leeren Pappteller. Das ist definitiv mehr als ein „bloßer“ Spendenbrief.

► www.savethechildren.ch

20 Millionen Dollar für 20 Millionen Bäume



2020: Die US-amerikanische Spendenaktion Team Trees hat es innerhalb von nur drei Monaten geschafft, bis zum Beginn des Jahres 2020 20 Millionen US-Dollar zu sammeln, um 20 Millionen Bäume zu pflanzen. Die Initiative wurde von den jungen YouTubern MrBeast und Mark Rober ins Leben gerufen. Ausschlaggebend war der Vorschlag

eines Fans auf der Kommunikationsplattform Reddit: Jimmy Donaldson aka MrBeast solle doch 20 Millionen Bäume pflanzen, um den 20-millionsten Abonnenten seines YouTube-Channels zu feiern. Die Idee verbreitete sich im Internet (YouTube, Reddit, Twitter) hauptsächlich in Form von Memes und wurde von vielen YouTubern und Influencern unterstützt. Die Spenden gingen an die Naturschutzorganisation Arbor Day Foundation.

► <https://teamtrees.org>

Jodel-Joke löst Spendenmarathon aus



2021: Es war Sonntagmorgen Ende Januar, erinnert sich Walter von Arburg, Leiter Fundraising und Kommunikation beim Sozialwerk Pfarrer Sieber in Zürich. Da erhielt er von einer Kollegin die Nachricht, dass in der hauptsächlich unter Jugendlichen und jungen Erwachsenen beliebten App „Jodel“ ein Spendenmarathon für die Sieber-Stiftung gestartet sei: Als Reaktion auf einen Scherz über eine Notunterkunft schlug ein User vor, um aus dem schlechten Witz etwas Gutes zu machen, via Sozialwerk Pfarrer Sieber für Obdachlose zu spenden. Etliche User posteten sogleich die Bestätigungsseite ihrer Online-Spende. So kamen innerhalb kurzer Zeit 16 000 Franken zusammen. Nicht jede Social-Media-Kampagne kann man planen ...

► www.swsieber.ch

Unersetzliche NFT-Tiere



2021: Von diesem Kunstwerk gibt es genau 380 Exemplare, genauso viele, wie es noch Buschhasen gibt. Das Bild war Teil der Kampagne „NFA: Non-Fungible Animals“ des WWF. Die Anzahl der jeweiligen Werke ist dabei auf die Anzahl der noch lebenden Exemplare in freier Wildbahn limitiert. Die Kunstwerke basieren auf der Technologie der „Non Fungible-Tokens“ und sind einzigartige virtuelle Sammlerstücke, die man nicht austauschen kann und die auch „nicht ersetzbar“ sind. Übertragen auf den Artenschutz zeigen sie „nicht ersetzbare Tiere“.

► www.wwf.de

Bitte kein Mitleid!



2022: Deutscher Fundraising-Preis für eine Kampagne ohne Mitleid. Und das, wo gerade soziale Träger bisher immer voll auf Mitleid als stärkstes Spendenmotiv setzten. Nicht so die Kampagne „Kein Mitleid“ der Diakonie Stetten. „Weg vom Mitleid, hin zum Mitmachen“ war die Botschaft, die auch ein deutliches Spenden-Plus nach sich zog.

► www.diakonie-stetten.de

Entwicklungsland Deutschland



2022: Sechs Familien- und Kinderschutzverbände haben gemeinsam die Kampagne „Genug Tränen!“ entwickelt und fordern damit nach 25 Jahren Reformstau im deutschen Familienrecht wirksame Gesetzesänderungen zum Schutz von Kindern, insbesondere vor Eltern-Kind-Entfremdung, wie sie häufig im Zuge einer Scheidung entsteht. Der Europäische Gerichtshof für Menschenrechte hat wiederholt eine staatliche Schutzpflicht zur Vermeidung dessen angeordnet. Deutschland gilt in diesem Punkt als „Entwicklungsland“.

► www.genug-traenen.de

Wenn ein Van Gogh brennt ...



2023: Vincent van Gogh: „Weizenfeld mit Zypressen – Brände verändern die Landschaft“. Glücklicherweise ist dieses Szenario nur mit Künstlicher Intelligenz (KI) erzeugt. Doch es wirkt erschreckend real. Denn der Klimawandel scheint unaufhaltsam. Davor und vor den Konsequenzen für das Leben auf der Erde warnt der World Wide Fund For Nature (WWF), indem er in einer digitalen Ausstellung mittels KI die Landschaft in berühmten Gemälden so manipulieren lässt, dass die Folgen des Klimawandels direkt sichtbar werden.

► www.wwf-climaterealism.com

Exkursion der „schwarzen Szene“ über den Friedhof



2023: Jedes Jahr zu Pfingsten kommt „die schwarze Szene“ nach Leipzig zum Wave-Gotik-Treffen – 2023 bereits zum 30. Mal. Im Rahmenprogramm des Eröffnungstags hatte der NABU Leipzig wieder eine stimmungsvolle und informative Abendveranstaltung auf dem Südfriedhof zelebriert: Mehrere hundert schwarz gekleidete junge Menschen kamen, um sich zu informieren über die Natur auf dem Friedhof, das NABU-Projekt „Lebendige Friedhöfe“ und natürlich über alles rund um Fledermäuse! Denn diese Wesen der Nacht, die in der Szene beliebt sind, bevölkern auch den Südfriedhof und konnten bei der Abendveranstaltung gut beobachtet werden.

► www.nabu-leipzig.de

Radio aus dem Glashaus



2023: Fünf Tage im Dezember sendeten die Radio WDR-2-Moderatorinnen und -Moderatoren rund um die Uhr aus einem Glashaus in Düsseldorf. Sie durften das gläserne Studio nicht verlassen, wohnten auch dort. Es wurden nur Musikwünsche der Hörerinnen und Hörer gespielt, dazu regelmäßig Spendenaufrufe unter dem Motto „Euer Song hilft“. Das beeindruckende Ergebnis der Aktion: 11,3 Millionen Euro für Frauen und Familien in Not. Gefördert werden 37 Projekte, die die Bündnisorganisationen von „Aktion Deutschland Hilft“ für Frauen und ihre Familien umsetzen – und das weltweit.

► www.aktion-deutschland-hilft.de/wdr2-weihnachtswunder

Und er macht Blinde sehend



2023: Jimmy Donaldson ist mit inzwischen 242 Millionen Abonnenten seines YouTube-Kanals „MrBeast“ die Person mit den meisten Followern weltweit. Aus seinem massiven Erfolg heraus hat er eine NGO gegründet, über die er bedürftige Menschen zum Beispiel mit Nahrungsmitteln versorgt. Und er verschenkt auch einfach so Unsummen an Geld. All das filmt er zu Unterhaltungszwecken. Sein Publikum feiert ihn dafür. Und jetzt machte er auch noch Blinde sehend: Er finanzierte 1000 Menschen eine Operation zur Behebung des Grauen Stars.

► www.beastphilanthropy.org

Kleine schwarz-weiße Kästchen



2023: Stellen Sie sich eine Mahn- und Gedenkstätte des Volksbundes Deutsche Kriegsgräberfürsorge vor – egal wo in Europa. Sie haben das Grab des gefallenen Großvaters gefunden. Sie wollen spontan etwas spenden. Im Eingangsbereich, auf der historischen Hinweistafel oder einem gesonderten Spendenaufruf finden Sie einen QR-Code. Sie scannen ihn, geben in der App den gewünschten Betrag ein, autorisieren ihn per Fingerprint oder Face-ID und erhalten sogar eine Spendenquittung. Ganz unkompliziert, ganz sicher, ganz schnell. Und ohne sich vorher registrieren zu müssen. Eine Vorstellung, die beim Volksbund schon gelebte Realität ist.

► www.volksbund.de

Caritas Wien sagt: „You are bloody awesome“



2023: Österreichweit sind 533 000 Frauen armutsgefährdet. Periodenartikel sind teuer. Wie lässt sich für dieses Thema Bewusstsein schaffen und es gleichzeitig enttabuisieren? Die Kampagne „You are bloody awesome“ der Caritas Wien, welche zum Weltfrauentag lanciert wurde, erfuhr viel Unterstützung und wurde sogar mit dem Fundraising Award ausgezeichnet.

► www.caritas-wien.at



2023: „Die ganze Welt trauert um den Twitter-Vogel. Dabei sind rund 1 Million echte Arten bedroht... Hilf uns, die Tiere zu retten.“ So lautete die clevere Spenden-Werbung des WWF und der Kreativagentur McCann. Laut dem Branchendienst Horizont dauerte der gesamte Prozess von der Erstellung über die Präsentation bis zur Veröffentlichung auf dem WWF-Deutschland-Profil bei LinkedIn nur 24 Stunden. Die Sache ging viral: über 20 000 Reaktionen allein auf LinkedIn, dazu Instagram und X (ehemals Twitter). Timing eben!

► www.wwf.de

Bewerben, bewirken, bewegen.



Online, offline oder crossmedial:
Mit uns spielen Sie Spendenaufrufe erfolgreich aus.

Werbung, die ankommt. **Post Advertising.**

post.ch/advertising

#UnserInternet



Für eine starke Demokratie: Die Menschenrechtsorganisation HateAid hat eine Kampagne für Menschenrechte im Netz gestartet und möchte damit den digitalen Raum wieder zu dem machen, was er sein soll: ein Ort, in dem sich alle in die Gesellschaft einbringen können. Auf der Kampagnenseite gibt es Handlungsempfehlungen, wie man digitale Zivilcourage leben kann. Das Foto zeigt die Politiker Dr. Thomas Lieb, Nadine Schön und Renate Künast mit den HateAid-Geschäftsführerinnen Anna-Lena von Hodenberg und Josephine Ballon.

► www.hateaid.org/unser-internet/

666 Schlafsäcke

Metal-Fans halfen Obdachlosen

Was gibt es Besseres, als das Sinnvolle mit dem Nützlichen zu verbinden? Eine solche Win-win-Situation haben die Metal-Fans des Vereins Metality aus Frankfurt geschaffen. Bereits zum dritten Mal haben sie mit ihrem Projekt „666 Schlafsäcke“ Obdachlosen geholfen. Der Ansatz ist ganz praktisch aus „Überbleibseln“ von Festivals entstanden. Nicht selten findet man auf Festival-Arealen im Nachgang zurückgelassene Zelte, Schlafsäcke und Isomatten inklusive. Die hatten die Vereinsmitglieder mit Unterstützung Freiwilliger in der Vergangenheit gesammelt und an Obdachlose verteilt, die „Outsiders outside“, wie sie es selbst formulieren. Dann kam Corona. Durch den Wegfall von Festivals blieben auch die Schlafsäcke weg. Kurzerhand hat der Verein begonnen, Spenden zu sammeln. Schon im ersten Jahr, im Winter 2020/21, haben sie mit knapp 13 000 Euro ihr Ziel weit übertroffen. Kooperationspartner war dabei die Hamburger NGO Hanseatic Help. Die hat von den gesammelten Spenden zu vergünstigten Konditionen die Schlafsäcke beschaffen können. In den darauffolgenden Wintern wuchs das Projekt weiter, sodass weitere Städte hinzugekommen sind, in denen Schlafsäcke verteilt werden konnten. Dieses Mal hat es für zwei Mal 666 Schlafsäcke gereicht.

► www.metality.org

MEINE MEINUNG

„Das Verständnis von Demokratie ist komplex“

Ein Kommentar von RICO STEHFEST



Kennen Sie das Toleranz-Paradoxon des Philosophen Karl Popper? Schlagen Sie es mal nach und schauen Sie, ob Sie es auf

Antrieb verstehen. Wozu? Weil es mit dem Verständnis immer so eine Sache ist.

Das habe ich Anfang Februar auf einer Demo für Demokratie wieder erfahren. Eine engagierte Abiturientin fuchtelte mir auf dem Theaterplatz in Dresden mit ihrem Plakat wild vor dem Gesicht herum. „Keine Toleranz für Intoleranz“ hatte sie schwarz auf weiß (!) darauf vermerkt. Dass sie nicht mit jedem reden wollte, konnte ich gut verstehen. Die offensichtliche Aggression, mit der sie unterwegs war, allerdings nicht. Trotzdem wollte ich wissen, ob es nicht wenig konstruktiv sei, Intoleranz mit Intoleranz zu begegnen. Ihre Replik hätte kaum gereizter ausfallen können: „Das ist von Popper!!!“ Mein „Ja, und?“ quitierte sie mit einem entnervten „Ich geh’ woanders hin!“

Es ist nicht so, dass ich besonders stolz auf diese Anekdote bin. Seitdem habe ich mich mehrmals gefragt, was ich „Besseres“ hätte sagen können. Hätte ich die junge Frau für einen entspannten Austausch gewinnen können? Wohl kaum. Das zeigt mir wieder, dass Demokratie ziemlich komplex ist und deshalb auch ihr Verständnis davon. Spontan denke ich, die junge Frau und ich stünden da nicht im Schulterschluss für die Menschenrechte auf dem Platz. Vielleicht aber irgendwie doch.

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

Kurzgefasst ...

24 500 Euro für Förderschule

Mit seiner Teilnahme am „White Continent Marathon“ durch die Antarktis hat der Pater Tobias Breer aus Duisburg 24 500 Euro an Spenden gesammelt. Der Erlös geht an die Christoph-Schlingensief-Schule in Oberhausen. Die Förderschule wird davon acht Sportrollstühle anschaffen, die für unterschiedliche Sportarten genutzt werden können.

► www.schlingensief-schule.lvr.de

Millionenspende aus Japan

In Hohenberg im Fichtelgebirge entsteht eine Wohnanlage für ältere Menschen. Deren vier Gebäude werden 24 barrierefreie Wohnungen umfassen. Der Bau kann dank einer Spende von 16,2 Millionen Euro durch eine japanische Geschäftsfrau realisiert werden. Die Architektur soll japanische Einflüsse aufgreifen. Der Spatenstich dafür ist für den kommenden Herbst geplant.

► www.hohenberg.info

Earth Aid Live 2025

40 Jahre nach dem legendären Live-Aid-Konzert soll es im August 2025 in sechs Ländern auf fünf Kontinenten zeitgleich ein ähnliches Benefiz-Konzert geben, dieses Mal, um Spenden für den Klimaschutz zu sammeln. Bis 2035 sind weitere, auch digitale Veranstaltungen unter dem Label geplant. Besonderes Augenmerk wird bei der Organisation auf klimaschonende Ansätze gelegt.

► www.earthaidlive.com

Karnevalsverein sammelt 250 000 Euro Spenden

Der Kölner Karnevalsverein Lost Sisters e. V. hat in der vergangenen Karnevalssaison mit einem mehr als zwölf Stunden dauernden Party-Marathon 250 000 Euro an Spenden gesammelt. Das Geld geht an „wir helfen“, die Aktion des Kölner Stadt-Anzeigers für Kinder in Not und weitere Einrichtungen für benachteiligte Kinder und Jugendliche in Köln und der Region.

► www.lostsisters.de

youngCaritas-Award 2023

Das Projekt „Sisters Domestic Violence and Abuse Bern“ hat den Hauptpreis des youngCaritas-Award 2023 gewonnen. Deren Arbeit richtet sich an Cis- und Trans-Frauen sowie interbinäre, nonbinäre und agender Personen, die unter Gewalt in der Partnerschaft leiden. Der Preis selbst wird gemeinsam festgelegt und kann ein Workshop, eine Dankesfeier oder der Dreh eines Werbevideos sein.

► www.instagram.com/sisters_dv_bern

SIEVERTDRUCK&SERVICE



Wissen Sie immer, was zu tun ist?



WIR SIND STRATEGEN

FÜR IHRE SPENDEN- MAILINGS

Alexandra Sievert
0521-557359-19



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



Jeder spendet, was er kann

Die „Bille“ gibt Menschen mit Einschränkungen eine Stimme: durch Schreiben

Ein inklusives Haus erfüllt seine Aufgaben besonders dann, wenn es allen Beteiligten die Möglichkeiten bietet, das eigene Potenzial zu erkennen und zu entfalten. Mittels einer Schreibwerkstatt kann dabei die Sprache als subjektives Ausdrucksmittel dienen, persönliche Eindrücke in Texte zu gießen.

Von **MARION GERLACH-GOLDFUSS**

Das Forum Billebrinkhöhe, liebevoll „die Bille“ genannt, ist ein soziokulturelles Zentrum. Das ehemalige Gemeindezentrum in Essen wurde nach Baumaßnahmen zur Barrierefreiheit 2019 eingeweiht. Trägerverein ist das Integrationsmodell OV Essen e. V. Von den ersten Plänen bis zur Eröffnung dauerte es gut fünf Jahre. Das Forum steht allen Menschen offen: Behinderte und nicht behinderte Menschen jeglichen Alters und jeder Herkunft sind eingeladen zu künstle-

rischen Aktivitäten, zur Begegnung und zu Veranstaltungen. Mittelpunkt der Arbeit ist Inklusion im gemeinsamen Erleben von Kunst und Kultur. Hierdurch öffnen sich Räume und es entstehen Begegnungen auf Augenhöhe. Eine Fördergemeinschaft unterstützt, private Spenden, Fördermittel und Eigenmittel müssen eingeworben werden.

Erste Basisförderung 2022

Das Gründerteam um den damaligen Vorsitzenden des Integrationsmodell OV Essen e. V. Philipp Neßling und die Hausleitung Magdalene Merkel waren unermüdlich tätig. Das Haus erhielt 2022 eine erste städtische Basisförderung für die laufenden Hauskosten. Mit gerade mal 2,5 Stellenanteilen wird es derzeit mit sechs Teilzeitkräften betrieben. Hinzu kommen wenige Honorarkräfte als freie Mitarbeitende. Insgesamt 70 Ehrenamtliche ermöglichen durch breite Unter-

stützung viele Aktivitäten. Aus Gründen der bedingungslosen Barrierefreiheit ist jeder Eintritt kostenfrei, jedoch gilt: Jeder gibt als Spende, was er kann, mindestens einen Billetaler (= ein Euro) pro Veranstaltung. Häufig spielen Musiker ohne Gage oder auf Hutgage; die Spenden kommen dem Haus zugute. Alle Projekte werden durch gezielte Fördermittel finanziert: Ausstellungen, Gastspiele und Konzerte finden statt. Es gibt vielfältige Kunstangebote wie Kreativgruppen, Musikensembles, politische Aktivitäten, Tanz sowie den Verein Zikk e. V. mit mehreren Theatergruppen.

Inklusive Schreibwerkstatt

Eine Besonderheit stellt die inklusive Schreibwerkstatt „Zu Wort kommen“ dar. Es war Neuland, als wir im Jahr 2021 starteten: In Essen und Umgebung gab es kein kontinuierliches gemeinsames Schreibsetting

für Behinderte und Nichtbehinderte. Das bedeutete zunächst Recherchearbeit, experimentieren, Erfahrungen sammeln.

Im Lauf des Jahres entstand eine offene, inklusive Gruppe mit bis zu 20 Schreibenden. Der Autor Lothar Kittstein kam als Dozent zu uns. An mehreren Wochenenden fanden etwa einmal pro Monat „Schreibtage“ statt. Erste Texte entstanden. Das erste öffentliche Projekt war im Frühjahr 2022 eine Ausstellung mit vielfältigen, zum Teil ganz bildhaften Texten. Sie trug den Titel: „Dann nimm doch den Nachtzug“ – ein Zitat. Die Resonanz darauf ermutigte uns, weiterzumachen.

So entstand Ende 2022 nach weiteren Schreibtagen, umfangreichem Auswählen und Lektorieren ein wunderschönes Buch. Bewusst kein digitales Format, sondern etwas zum in die Hand nehmen, zum immer wieder Ansehen und Lesen, zum Teil haben-lassen oder Verschenken. Dieses Buch machte alle Beteiligten stolz.

Im Jahr 2023 hieß unser Schreib-Projekt „Im Treibgut der Stadt“ – mit dem Plan, in den Stadtraum zu gehen, um neue Schreib- anlässe zu finden. Viele Orte blieben unerreichbar, da noch immer nicht barrierefrei. Vieles gelingt: welche Freude beim gemeinsamen Schreiben im Café – über die bunte Limo entsteht gleich ein Text –, beim Lauschen von Geräuschen im Park, beim Nachmittag am See und bei den Tonaufnahmen mit unserem „ambulanten Tonstudio“. Der Schauspieler Jaschar Flügel kam hierzu neu ins Team und leitete die Teilnehmer entsprechend an. Die Scheu vor dem Mikrofon und dem zunächst befremdlichen Hören der eigenen Stimme wurde überwunden. Es folgten Schnitt, Mastering und Layout. Das Ergebnis ist eine CD mit eingesprochenen Texten.

Nicht jeder kann selbst schreiben, aber gut formulieren. In einem solchen Fall helfen Assistenzen. Große Offenheit, eine

wertschätzende Atmosphäre und ein individuelles Tempo bestimmen unser Zusammen- sein. Welche Bereicherung der inklusive Charakter erwirkt, ist spürbar in der Direktheit und Kraft der Texte. Das unterstützende und feinfühliges Arbeiten, gegenseitige Zuhören und Nachspüren führt zu Texten besonderer Intensität und Kraft. Sie berühren und treffen viele direkt ins Herz! ▣



Marion Gerlach-Goldfuß ist seit 2020 Künstlerische Leiterin des Forums und Projektleiterin der Schreibwerkstatt. Sie konzipiert und koordiniert Projekte, akquiriert Fördermittel, kuratiert

Ausstellungen und ist anteilig für die Öffentlichkeitsarbeit zuständig. Als ehemalige Schauspielerin und Theaterpädagogin leitet sie auch Theatergruppen im Haus und ist mit dem Team aktiv dabei, ein Netzwerk für inklusive Kulturarbeit in Essen zu initiieren.

► www.bille-forum.de

spenden manufaktur by adfinitas

Wir sprechen mit Erfahrung



- Nachlass-Telefonie
- Reaktivierung
- Dauerspendsengewinnung
- 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.

Mitspielen, mitdenken, mitgestalten

Das Projekt LOOP Mobil bringt Kinderrechte mit Spaß auf den Spielplatz

Im Schnitt werden pro Tag 180 Kinder in Deutschland in Obhut und somit aus ihren Familien genommen. Die häufigsten Anlässe für Inobhutnahmen sind dabei Überforderung der Eltern, Vernachlässigung oder Misshandlung. Doch wenn Kinder ihre Rechte kennen und gelernt haben, für diese einzustehen, sind sie besser vor Gefahren und psychischen Belastungen geschützt.

Von **KIM REUSCHER**
und **DIRK RICHTER**

Die LOOP Kinder- und Jugendhilfe ist eine Kinderhilfsorganisation mit Sitz in Düsseldorf und Projektstandorten in Nordrhein-Westfalen sowie Schleswig-Holstein. Wir verwirklichen das Recht der Kinder auf ein sicheres Zuhause, auf Chancengleichheit und auf ein selbstbestimmtes Leben. In den LOOP Kinderhäusern finden Kinder, die nicht mehr in ihren eigenen Familien leben können, ein neues sicheres Zuhause. Wir ermöglichen Jugendlichen mit schwierigen Lebensumständen eine erfolgreiche Integration in unsere Gesellschaft und unterstützen Familien bei Erziehungsschwierigkeiten.

Mangelndes Bewusstsein für Kinderrechte

Kinderrechtsverletzungen begegnen uns in unserer Arbeit täglich. Oft fehlt ein Bewusstsein dafür, was Kinderrechte konkret für den Alltag von Familien bedeuten – Kinderschutz und Kinderrechte bleiben für viele Kinder und Erwachsene abstrakt. Prävention und Aufklärung sind uns daher wichtige Anliegen.

Mit dem LOOP Mobil schaffen wir ein niedrigschwelliges und kostenloses Spiel- und Bildungsangebot für Kinder im Düsseldorfer Raum, welches Partizipation ermöglicht. Mindestens einmal pro Woche fährt unser kleiner Elektrotransporter für meh-



Mit dem LOOP Mobil entstand ein kostenloses Spiel- und Bildungsangebot.

als Anlaufstelle und Kommunikationsort für Kinder im Alter zwischen vier und zwölf Jahren. Denn über Kinderrechte zu reden ist der erste Schritt, sie auch zu leben. Gemeinsam wollen wir ein Bewusstsein schaffen für die Problemlagen von Kindern in Deutschland und der Welt.

Spielplätze zur Kommunikation

Auf den Spielplätzen kommen wir auch mit Familien ins Gespräch und motivieren sie, sich für Kinder starkzumachen. Denn Kinder brauchen Unterstützung und Menschen, die bedingungslos für sie eintreten. Bei jedem der Einsätze wird ein Kinderrecht

rere Stunden raus an öffentliche Plätze. Die Erfahrungen aus dem letzten Jahr zeigen uns den hohen Bedarf, den es für kostenlose Spiel- und Freizeitangebote gibt. Sowohl im zentralen Düsseldorfer Stadtteil Friedrichstadt als auch in einer ehemaligen Siedlung für Wohnungslose im Stadtteil Garath konnte sich unser Kinderrechtemobil fest etablieren. Die Spielplätze dienen dabei

thematisiert. Beispielsweise werden für das Recht auf Privatsphäre Türschilder für die eigene Kinderzimmertür gestaltet, um beim gemeinsamen Basteln darüber ins Gespräch zu kommen. Ausmalbilder sind für jedes Kinderrecht im Mobil vorhanden, damit schon die Jüngsten Teilhabe erfahren können.

Spielerische Sensibilisierung

„Besonders gut kam bei den Kindern das Gestalten von Sorgengläsern an. Sorgengläser oder auch Sorgenfresser helfen, indem die Kinder ihre Probleme aufmalen oder aufschreiben und in die Gläser legen. Dadurch können sie sich besser und befreiter fühlen. Als die Gläser verbraucht waren, haben sich sogar einige Kinder zusammen mit ihren Eltern auf den Weg gemacht, um weitere Gläser zu besorgen“, so Jana Heidemeier, Projektleitung LOOP Mobil.

Ziel ist es, Kinder für ihre eigenen Rechte spielerisch zu sensibilisieren und gleichzeitig das Recht auf Spiel und Freizeit im öffentlichen Raum umzusetzen. Die Teilnahme ist stets freiwillig. So ermöglichen wir Kindern unbeschwertes Spielen, nehmen Leistungsdruck und setzen stattdessen auf Erlernen durch Erfahren.

Um das Projekt realisieren zu können, sind wir auf Spenden angewiesen. Die Initialförderung stammte 2022 von der Deutschen Postcode-Lotterie. Zudem hat der Lions-Club Düsseldorf-Hofgarten den Ausbau des Fahrzeugs und einen Teil des Spiel- und Kreativmaterials finanziert: „Das Kinderrechte-Mobil schlägt eine kreative Brücke zwischen Informationsbedarf und den Spielorten der Kinder. Diese Einrichtung der Jugendhilfe haben wir gerne unterstützt“, sagt Hanno Brümmer vom Lions-Club Düsseldorf-Hofgarten. ■



Kim Reuscher ist seit 2022 im Bereich Fundraising und Öffentlichkeitsarbeit als Referentin für Stiftungsfundraising bei der LOOP Kinderhilfe. Nach ihrem Studium der Erziehungswissenschaften und Germanistik und dem Master-Studiengang Kultur, Ästhetik und Medien hat sie Praxiserfahrung im Bereich der kulturellen Bildung mit Kindern und Jugendlichen gesammelt, um ganzheitliche soziale, wissenschaftliche und künstlerische Kompetenzen zu verknüpfen.



Dirk Richter gründete 2009 die LOOP Kinderhilfe. Er studierte Sozialpädagogik und arbeitete viele Jahre lang in der ambulanten erzieherischen Hilfe und bei Jugendämtern. Er ist überzeugt, dass Betreuung nur dann wirklich hilft, wenn vom ersten Augenblick an die individuelle Situation und die Bedürfnisse der Kinder und Jugendlichen im Mittelpunkt stehen.

www.loop-kinderhilfe.de



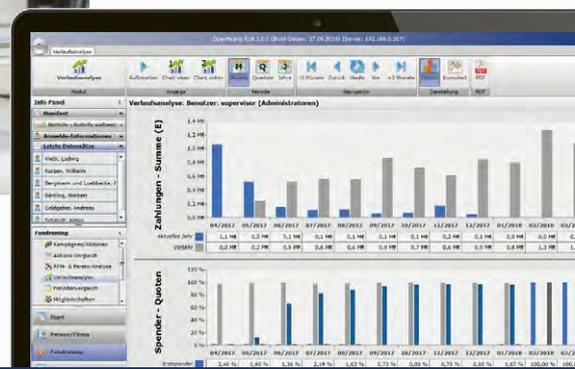
Seit 25 Jahren an meiner Seite!



Unsere Kunden sprechen für uns.

Vereinbaren Sie eine persönliche WEB-Session. Wir nennen Ihnen gerne passgenaue Referenzen.

+49 208 301930
c.lang@benefit.de



CRM, Fundraising & mehr
Beste Service
Einfacher Produktivstart



„KI ist nur eine Option, wenn sie sehr überlegt eingesetzt wird“

Der Fundraising-Media-Experte Maik Meid und Matthias Daberstiel vom Fundraising-Magazin kennen sich schon seit fast 15 Jahren. Zeit für ein sehr ehrliches Interview über Erfolge und Enttäuschungen, ungewöhnliche Jobs und den Wert authentischer Bilder.

? Glück auf! Maik, du bist dem Ruhrpott sehr verbunden. Was magst du an Deiner Heimat?

Ich rede ja durchaus schon mal etwas mehr, aber an meiner Heimat mag ich, dass du nicht viel sagen musst. Auch die Direktheit, das Unkomplizierte. Hier ist es auch relativ egal, wie viel Kohle du hast. Relativ egal, was du schon in deinem Leben gemacht hast. Du kommst hier sehr schnell an Menschen heran und sprichst mit denen auch sofort eine Sprache. Hier ist wenig Dünkel. Du musst dich nicht verkleiden und musst dich nicht verstecken. Das finde ich gut.

? Nicht jede Karriere beginnt in einer Justizvollzugsanstalt. Wie kam es bei dir dazu?

Ich stamme aus einer Polizeibeamten-Familie. Der Vater Beamter bei der Kripo, der Großvater auch bei der Polizei. Es war irgendwie klar, dass der Junge auch mal was Ordentliches, Beamtenmäßiges werden muss. Das hat er dann aber nicht gemacht, sondern Soziale Arbeit und Sozialpädagogik studiert. Ich war vorher in meiner Gemeinde ehrenamtlich in der Kinder- und Jugendarbeit aktiv. In meinem sogenannten Anerkennungsjahr habe ich dann im geschlossenen Justizvollzug gearbeitet. Tatsächlich habe ich lange gesagt, ich war im Knast, hatte aber den Schlüssel und durfte abends nach Hause. Mein Vater hat lange Zeit nicht verstanden, warum ich das nicht als Beamter weiter gemacht habe. Schließlich hätte ich ja bis 65 gewusst, was

ich mache. Ich bin mit meiner Entscheidung aber ganz glücklich.

? Danach hast du für einen Kirchenkreis und ein diakonisches Werk als Fundraiser gearbeitet. Woher diese Passion für kirchliches Fundraising?

Der geschlossene Justizvollzug war nicht meins, muss ich ehrlich gestehen. Ich war in der JVA Bochum. Da kommst du nicht eben wegen Fahrraddiebstahl hin. Meine Entscheidung war deshalb, zu dem zurückzugehen, was ich eigentlich kann, und ich bin in die hauptamtliche Kinder- und Jugendarbeit der evangelischen Kirche zurück. Ich habe das dann ein paar Jahre gemacht, und dann kam wie bei vielen Kolleginnen und Kollegen der Zufall ins Spiel und ich wurde Fundraiser.

? Bist du auch ein gläubiger Mensch?

Da triffst du gerade einen Punkt bei mir. Ich habe der verfassten evangelischen Kirche persönlich eine Menge zu verdanken. Meine gesamte Jugend habe ich im Prinzip im Gemeindehaus verbracht. Ich habe dadurch internationale Aufenthalte und Austausch mitgemacht, die mich bis heute prägen. Ich habe politische Arbeit kennengelernt, ich habe Beteiligung kennengelernt, ich habe aber auch kirchliche Riten kennengelernt. Und das sind Dinge, die lassen dich nicht mehr los.

Momentan bin ich aber eher sehr, sehr frustriert. Das müsste ich ja vom Glauben trennen können, aber so ist es nicht. So, wie sich die Kirche gerade präsentiert und wie sie mit

Menschen umgeht, lässt mich doch auch am Glauben zweifeln. Ich befinde mich jetzt aber auch wieder in einer Lebensphase, in der ich gerade vieles hinterfrage.

? Die Spenden an die Kirche gehen gerade dramatisch zurück, das zeigen die aktuellen Zahlen. Was läuft denn im Fundraising der Kirche so falsch?

Auf der einen Seite habe ich ja noch ganz gute Kontakte in die echte Basisarbeit vor Ort. Wo Menschen in den allermeisten Fällen ehrenamtlich mit Blut, Schweiß und Tränen tatsächlich versuchen, Orgel und Kirchturm zu retten. Das funktioniert sehr gut, und die haben Fundraising auch verstanden. Aber auf der anderen Seite habe ich durch meine Koordinationsaufgabe der Fundraiserinnen und Fundraiser auf der landeskirchlichen Ebene innerhalb der EKD natürlich Einblicke in unterschiedliche Landeskirchen. Und da erlebe ich ein echtes Kontrastprogramm. Von Investitionsbereitschaft bis zum Abbau von Fundraising bis hin zur Nullstellung. Frustrierend ist das selbst bei denen, die sehr, sehr viel investieren und das auch schon seit vielen Jahren gut machen und immer noch nicht den Schalter zu mehr Professionalität umlegen können. Ich bin da eher konsterniert.

? Du bist auch Studienleiter an der Fundraising-Akademie und bietest selbst auch Weiterbildungen zu verschiedensten Themen an. Wie siehst Du die Bereitschaft, sich wirklich zu Themen wie Fundraising und Kommunikation im Verein weiterzubilden?

Eigentlich müsste es doch, da es die Fundraising-Akademie seit 1999 gibt, mal ein gewisses Basislevel an Informationen zum Fundraising geben. Ich erlebe momentan aber eine abnehmende Bereitschaft, sich strategischer und struktureller Fragen anzunehmen. ▶

Fokussiert wird doch wieder sehr, sehr stark auf die Anwendung von irgendwelchen Tools und irgendwelchen kurzfristigen Lösungen, die schnelle Erfolge bringen sollen. Doch das, was ich nicht nur an der Akademie gelernt habe, sondern was auch jeder Kaufmann und jede Kauffrau weiß, ist, dass man bis zum Break-even investieren muss. Ich erlebe aber das Gegenteil. Das sehen wir übrigens gerade auch in der Politik. Nur kurzfristige Erfolge werden kommuniziert, um die Menschen irgendwie kurzfristig zufriedenzustellen. Aber es wird nicht investiert, weil das möglicherweise meine Wiederwahl gefährden könnte, weil ich die Ergebnisse erst in zwei bis drei Generationen sehe. Das ist sehr kurzfristig gedacht.

? Du gehörst ja auch zu denen, die schon sehr lange das Thema Fundraising medial vermitteln. Ich erinnere mich noch an die Fundraisingwoche oder den Podcast Fundraising-Radio. Was treibt dich da an?
Und demnächst kommt sogar ein neues Videoformat dazu, das wir gerade gemeinsam mit mehreren Partnerinnen und Partnern machen. Vielleicht kommt da so ein wenig die Sozialarbeiter- und Pädagogenseele durch. Ich habe noch nicht aufgegeben, gutes Fundraising zu vermitteln. Steter Tropfen höhlt den Stein!

? Und der Podcast?
Ich persönlich habe mich immer schon für Technik und Medien interessiert. Aber bevor du anfängst, deine Familie zu interviewen, macht es ja Sinn, die Sachen irgendwie auch halbwegs vernünftig und mit einem Mehrwert unter die Leute zu bringen. Ich höre seit 15 Jahren mehr Podcasts als Radio. Das Thema Fundraising lag auch nah. Leider werden die Intervalle zwischen den einzelnen Folgen jetzt doch leider immer etwas größer. Ich mache das aber immer noch gern.

? Eine deiner Leidenschaften ist die Fotografie. Wie schätzt du die Bildsprache der Websites von NGOs ein?
Ehrlich, ich krieg Pickel. Es bereitet mir fast körperliche Schmerzen, zu sehen, wie schlecht die Bildsprache ist. Wir brauchen nicht über

die Wirkung von Bildern reden, das haben Psychologen schon vor uns getan. Dass Bilder in unserem Gehirn nachhaltig wirken, haben die Menschen schon zu Höhlenzeiten erkannt. Gerade gemeinnützige Organisationen arbeiten nahezu alle mit und für Menschen. Sie müssten also wissen, wie sie mit geeigneten Bildern diese erste Wahrnehmung, die heute so wichtig ist, gestalten. Wenn ich auf Websites nur von Textwüsten begrüßt werde, dann rege ich mich auf. Selbst das schlechteste technische Bild hätte da einen höheren Reaktionsmehrwert. Aus meiner Sicht machen sich solche Organisationen gar keine Gedanken, wie sie überhaupt Menschen erreichen wollen.

„Wenn wir eins im Fundraising gelernt haben, dann, dass wir mit ehrlichen Beispielen arbeiten und nachvollziehbar kommunizieren müssen.“

? Und jetzt kommen auch noch KI-Bilder ...
... und genau deshalb glaube ich, dass es für unsere Szene einen echten Mehrwert hat, sich jetzt noch mal viel mehr mit Fotografie und mit guten Bildern zu beschäftigen. Denn wir brauchen Authentizität, die Vertrauen schafft.

? Ist Authentizität wichtiger bei KI als Effizienz oder Arbeitserleichterung?
Absolut. Ich beschäftige mich seit einem Jahr sehr intensiv damit. Ich habe hunderte Tools ausprobiert, tausende von Bildern produziert, mit unterschiedlichsten Generatoren. Und wenn man die Ergebnisse vergleicht, kommt man schnell zum Schluss: Die sehen alle gleich aus. Künstliche Intelligenz sorgt auch für Rassismus, KI ist nur von westlich geprägten Klischeevorstellungen gut aussehender Men-

schen geprägt. Aber selbst, wenn ich es schaffe, durch technische Anpassungen die Menschen weniger attraktiv erscheinen zu lassen, wie ich es vielleicht für meine Organisation brauche, dann haben wir einen Punkt völlig außer Acht gelassen: Und das ist das Thema Ethik. Wenn wir eins im Fundraising gelernt haben, dann, dass wir mit ehrlichen Beispielen arbeiten und nachvollziehbar kommunizieren müssen. KI ist da nur eine Option, wenn sie sehr überlegt eingesetzt wird.

? Siehst du dich denn heute überhaupt noch als Fundraiser?

Für mich sind Fundraiserinnen und Fundraiser Menschen, die in den Organisationen dafür verantwortlich sind, sie umzubauen, sie attraktiv zu machen und letztendlich Spenderinnen und Spender für die Sache zu begeistern. Das gilt auch für Menschen, die in Agenturen arbeiten. Ich bin jetzt zehn Jahre selbstständig und habe viele Organisationen von innen gesehen. Aber den letzten Spender habe ich tatsächlich an meinem vorletzten Arbeitstag bei einer Organisation mit Handschlag verabschiedet, und danach habe ich höchstens noch im ehrenamtlichen Kontext mit Spenden zu tun gehabt. Das ist auch der Grund, warum ich mich aus Fundraising-Lehrgängen etwas zurückgezogen habe.

? Bei deinen vielen Aktivitäten, wie entspannst Du?

Und selbst, hast du eine Lösung für mich? (Erwischt!) Das ist echt mein Schwachpunkt. Ich suche noch. Vor Corona war ich klettern. Seit Corona versuche ich, wenn ich zu Hause bin, tatsächlich einmal am Tag, wirklich 'ne halbe Stunde um den Block zu laufen und dann vielleicht einen Podcast zu hören. Aber so richtig entspannend ist das auch nicht. Viel zu selten schnappe ich mir meine Kamera und laufe durchs Ruhrgebiet. Zum Beispiel nehme ich mir dann nur ein Objektiv mit und stelle mir die Aufgabe, heute alle Buchstaben des Alphabets abzulichten, die ich finde. Ist eigentlich eine gute Idee, sollte ich mal wieder machen. Industriekultur haben wir ja hier genug. ▣

► <https://meid.media>

„Flexibilität und Verlässlichkeit sind für uns und unsere Partner zentrale Werte. So können wir effektiv auf sich ständig verändernde Anforderungen reagieren.“

PRIMAKLIMA e.V.
Bernadette Meine
Spendenverwaltung



Nutzen Sie unser Know-how zu allen Themen des Fundraisings

Die kontinuierliche Verbesserung unserer Software ist uns ein wichtiges Anliegen um Qualität, Leistung und Benutzerfreundlichkeit ständig zu erhöhen. Wir stellen unsere Kunden in den Mittelpunkt des Entwicklungsprozesses und sammeln aktiv Feedback. Dadurch können wir sicherstellen, dass die entwickelte Software den tatsächlichen Bedürfnissen und Anforderungen der jeweiligen Organisation entspricht.



ifunds

Kontakt.

kontakt@ifunds-germany.de

Fon +49 22 1 66 99 52 0

Mit Kunst gegen Kinderdemenz



Was hat ein Model in Glitzerstiefeln mit der Krankheit Neuronale Ceroid Lipofuszinose (NCL), auch bekannt als Kinderdemenz, gemeinsam? Auf den ersten Blick nichts und doch sehr viel. Das Bild des Fotografen Benjamin Pichelmann ist Teil der 20. Benefiz-Kunstauktion „LebensKünstler“ zugunsten der NCL-Stiftung. 29 Werke in verschiedenen Mal- und Fototechniken von namhaften Kunstschaaffenden, darunter Armin Müller-Stahl, Otto Waalkes und Joseph Beuys, standen am 7. Februar zur Versteigerung bereit.

► www.ncl-stiftung.de

Wird eher nix mit X

Konzertierter Rückzug von X/Twitter

Zusammen mit der Robert-Bosch-Stiftung, der Stiftung Mercator, der Volkswagen-Stiftung und der „Zeit Stiftung Bucerius“ hat sich der Bundesverband Deutscher Stiftungen von der Plattform X/Twitter zurückgezogen. Zur Erklärung heißt es in einer Pressemitteilung, man stehe ein für eine offene, demokratische Gesellschaft, für persönliche Freiheit und Menschenwürde sowie für faktenbasierte Information und konstruktiven Dialog. Und weiter: „Seit der Übernahme durch Elon Musk ist dieses Wertesystem aus unserer Sicht auf X/Twitter regelrecht kollabiert.“ Man toleriere keine Hate Speech, Falschinformationen und die Verbreitung extremistischer Propaganda und Hetze gegen Minderheiten. Der Bundesverband lädt weitere Stiftungen und Akteure aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft dazu ein, seinem Beispiel zu folgen, und ist auf der Suche nach alternativen Plattformen im Social Web.

► www.stiftungen.org

MEINE MEINUNG

„Prinzessin Lillifee statt AfD“

Ein Kommentar von UTE NITZSCHE



Können wir noch normal miteinander reden? Der Ton in den Sozialen Medien ist nicht selten hasserfüllt. Die Parolen und

Plakate bei Aufmärschen selbsterannter Querdenker, Reichsbürger und Klimaleugner sind offen aggressiv. Deshalb ist es ein gutes Signal, dass der Bundesverband und weitere Stiftungen Twitter bzw. X jetzt offen den Rücken zukehren, auch wenn es an der Art der Kommunikation dort nichts ändern wird. Es zeigt jedoch, dass die Mehrheit eben nicht jene in unserer Gesellschaft sind, die unliebsame Politiker gerne am Galgen baumeln sähen oder Reporter der sogenannten „Lügenpresse“ auffordern, „die Presse zu halten“. Die Mehrheit sind jene Menschen, die seit Januar zu Hunderttausenden für eine starke Demokratie und gegen Rechtsextremismus und Fremdenhass auf die Straße gehen und dabei beweisen, dass Protest friedlich und trotzdem wirksam sein kann. So musste ich bei einer Demo in Dresden häufig schmunzeln ob der Kreativität der Plakate: „Das B in Rassismus steht für Bildung“ oder „Nazis essen heimlich Döner“ war da zu lesen. Und mein absoluter Favorit: „Lillifee statt AfD“, gehalten von einem kleinen Mädchen, das von ihrem Papa huckepack getragen wurde. Die Stimmung dabei? Ruhig, entspannt, bisweilen sogar heiter und ohne Zwischenrufe. Das macht mich zuversichtlich, dass es die meisten wohl doch noch nicht verlernt haben – das mit der Kommunikation unter Menschen.

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

Kurzgefasst ...

Milliarden für neue Stiftung

Mit dem Vermögen des im November verstorbenen Schweizer Uhrenhändlers Jörg Bucherer soll eine gemeinnützige Stiftung gegründet werden. Die geschätzt sechs bis sieben Milliarden Franken sollen unter anderem in die Förderung von Kunst, Qualitätsjournalismus und Forschung fließen, wie Schweizer Medien meldeten. Sollte die Stiftung zustande kommen, wäre sie eine der größten der Schweiz.

Bunte Vielfalt auf der Roten Liste

Die „Billa Stiftung Blühendes Österreich“ unterstützt zusammen mit der „ARGE Streuobst“ Projekte, die zu mehr Biodiversität und zu besserer Qualität bei der Lebensmittelproduktion beitragen. Dafür stehen insgesamt 130 000 Euro für 13 ausgewählte Projektpartner zur Verfügung. Streuobstwiesen zählen zu den artenreichsten Lebensräumen, stehen aber auf der Roten Liste.

► www.bluehendesoesterreich.at ► #streuobst

Junge Ideen für die Zukunft

Die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung hat mit etwa 40 jungen Menschen aus Halle (Saale) ein Jugendhearing mitorganisiert. Dabei haben sie gemeinsam Wünsche und konkrete Ideen zum geplanten „Zukunftszentrum für deutsche Einheit und Europäische Transformation“ erarbeitet, das bis 2028 in Halle entstehen und europaweite Strahlkraft haben soll.

► www.dkjs.de ► <https://zukunftszentrum-halle.de>

Patientenberatung wird zur Stiftung

Die Unabhängige Patientenberatung Deutschland (UPD) ist seit Dezember 2023 als Stiftung anerkannt. Schon länger wurde eine grundlegende Reform der UPD gefordert. Dabei ging es insbesondere um deren Neutralität sowie ihre Unabhängigkeit von wirtschaftlichen und sonstigen Interessen Dritter sowie die Kontinuität ihres Informations- und Beratungsangebots.

► www.patientenberatung.de

Kein Geld mehr für Hornhautbank

Die Stiftung Keradonum hat ihre Bank für Augenhornhäute Ende des letzten Jahres geschlossen. Der Grund ist fehlendes Geld. Auch Spenden reichten demnach wohl nicht aus, um die tatsächlichen Kosten zu decken. Das hat laut Meldungen in der Schweizer Presse zur Folge, dass nun ein Viertel gespendeter Hornhäute im Inland entfallen.

Erste Einblicke

Preview des Schweizer Stiftungsreports 2024

Von den 13 880 Stiftungen in der Schweiz sitzen die meisten in den Kantonen Zürich, Bern, Genf und Waadt. Zürich ist mit 2217 Stiftungen Spitzenreiter, verzeichnet aber gleichzeitig die meisten Liquidationen, nämlich 48. Bei den meisten Neugründungen liegt mit 58 der Kanton Genf ganz vorn. Weiterhin nimmt in der gesamten Schweiz das Nettowachstum der Anzahl an Stiftungen ab. Ein ungebrochener Trend sind aber Kryptostiftungen, von denen sich 21 neu gegründet haben.

Das teilt der aktuelle Schweizer Stiftungsreport mit, zu dem es bereits eine Preview mit ersten Kennzahlen gibt. Der vollständige Report soll planmäßig am 3. Juni 2024 erscheinen. Er vermittelt jährlich ein Bild der aktuellen Schweizer Stiftungslandschaft. Die Zahlen dazu erhebt das Center for Philanthropy Studies (CEPS) der Uni Basel. Die Ausgabe 2024 widmet sich schwerpunktmäßig der Digitalisierung des Sektors, Partizipativer Philanthropie sowie Standortinitiativen der Kantone.

► <https://ceps.unibas.ch/de/publikationen>

So geht Stiftung!

Stifterfunk – Podcast für das Stiftungsmanagement



in Kooperation mit





Wie finde ich die passende Stiftung?

Das eigene Projekt kennen, richtig einordnen und zielgenau vorstellen

Die gute Nachricht für Fundraiser ist, dass es über 25 000 Stiftungen in Deutschland gibt. Die schlechte Nachricht ist allerdings, dass 99,9 Prozent dieser Stiftungen nicht als Förderer für Ihre Organisation in Frage kommen. Die Krux im Stiftungsfundraising besteht darin, möglichst schnell zu den vielleicht zehn Stiftungen zu gelangen, die perfekt passen und die Organisation nach vorn bringen können. Ein neuer Leitfaden gibt Hilfestellung.

Von **KARSTEN TIMMER**

Wie man Stiftungen sucht, anspricht und an sich bindet, erläutert der Leitfaden „Stiftungs-Fundraising für Einsteiger*innen“, den der Bundesverband Deutscher Stiftungen kürzlich herausgegeben hat. Der Leitfaden gliedert das Stiftungsfundraising in fünf Etappen.

1. Hausaufgaben machen

Bevor Sie anfangen, nach vielversprechenden Stiftungen zu recherchieren, müssen Sie

eine wesentliche Frage beantworten: Warum sollte eine Stiftung mein Projekt bzw. meine Organisation fördern? Die Antwort hat im ersten Schritt nichts mit der Qualität Ihrer Arbeit zu tun – sondern rein formal mit der Frage, ob Ihr Projekt den Satzungszwecken und Förderschwerpunkten der Stiftung entspricht.

Zerlegen Sie Ihr Projekt zuerst in seine Bestandteile, um herauszufinden, welche unterschiedlichen Themen es bedient (in anderen Worten: in welche Förderschwerpunkte es fallen könnte). So hat zum Beispiel ein vordergründig „nur“ soziales Projekt vielleicht auch etwas mit dem Thema Bildung zu tun, aber auch mit Teilhabe, Gleichberechtigung und Integration. Mit jedem neuen Aspekt erschließen Sie weitere potenzielle Geber.

2. Stiftungen recherchieren

In dem Leitfaden finden Sie eine umfangreiche Liste von Verweisen auf Internet-Portale, Netzwerke und Stiftungsverwaltungen. Mindestens ebenso wichtig wie diese syste-

matischen Suchwege ist die Netzwerkarbeit. Denn bei der Ansprache von Stiftungen spielen persönliche Kontakte eine große Rolle. Aktivieren Sie also Ihre Netzwerke, zum Beispiel indem Sie in Ihrem Umfeld oder bei den Vereinsmitgliedern herumfragen, ob jemand einen persönlichen Kontakt zu einer Stiftung in Ihrer Stadt hat. Wenn Sie bereits mit Stiftungen vertrauensvoll zusammenarbeiten, können und sollten Sie auch diese Chance nutzen und um eine Weiterempfehlung bitten.

3. Kontakt aufnehmen

Der wichtigste Rat zur Kontaktaufnahme: Rufen Sie die Stiftung, die Sie ins Auge gefasst haben, unbedingt an, bevor Sie einen Antrag verschicken. Mittlerweise fordern viele Stiftungen angehende Antragsteller ausdrücklich dazu auf, die Erfolgchancen vorab in einem kurzen Telefonat abzuklären. Am besten bereiten Sie einen kurzen Pitch vor, in dem Sie die wichtigsten Informationen zu Ihrer Organisation und Ihren Projekten prägnant zusammenfassen.

4. Antrag stellen

Anträge schreiben kostet sowieso schon viel Zeit und Nerven. Dazu kommt noch, dass es bei Stiftungen kein Schema F gibt, nach dem man vorgehen kann. Die Abläufe, Erwartungen, Kriterien und Förderbedingungen unterscheiden sich von Stiftung zu Stiftung. Versuchen Sie also, im Vorfeld möglichst viel über die Stiftung herauszufinden.

Am besten verfassen Sie einen Muster-Antragstext, in dem alle wesentlichen Punkte des Projektes abgedeckt sind. Diesen Text können Sie dann je nach Stiftung anpassen und in verschiedenen Kontexten nutzen, z. B. als Anlage oder Anhang zu einem persönlichen Anschreiben. Falls die Stiftung ein verbindliches Antragsformular hat, können Sie die entsprechenden Inhalte leicht in das Format übertragen.

5. Zusammenarbeit gestalten

Versuchen Sie, die Zusammenarbeit möglichst professionell und sympathisch zu gestalten, um sich für weitere Förderungen zu empfehlen. Dazu gehört zunächst einmal die Pflicht: Lesen Sie die Förderzusage gründlich, notieren Sie die Abmachungen zu den Berichten und liefern Sie die geforderten Unterlagen pünktlich und wie vereinbart.

Die Kür der Zusammenarbeit besteht darin, Stiftungen aktiv in das Netzwerk Ihrer Organisation einzubeziehen – zum Beispiel durch persönliche Besuche oder durch die Einladung zu einem Runden Tisch der Förderer, zu dem Sie alle Ihre institutionellen Geber einmal im Jahr (virtuell?) zusammenbringen.

Und noch ein persönlicher Tipp zum Schluss: Oftmals treten Vertreterinnen und Vertreter von geförderten Organisationen im Kontakt zu Stiftungen nachgerade unterwürfig auf. Das ist weder zeitgemäß noch angebracht. Es hilft, sich klarzumachen, dass die Stiftung Ihnen mit der Förderung keinen Gefallen tut, sondern schlicht ihren Job macht, der darin besteht, gute Projekte zu finden und zu fördern. Die Stiftung ist auf Sie genauso angewiesen wie Sie auf die Stiftung. Treten Sie also selbstbewusst, kompetent und professionell auf und geben Sie der Stiftung das Gefühl, den richtigen Partner gefunden zu haben. ▣

Den Leitfaden gibt es kostenlos zum Download unter:

► www.stiftungen.org/leitfaden-stiftungsfundraising



Als Geschäftsführer der panta rhei Stiftungsberatung unterstützt **Karsten Timmer** vermögende Privatfamilien bei der Gestaltung ihrer gemeinnützigen Aktivitäten, insbesondere in Hinsicht auf die Auswahl förderungswürdiger Projekte. Er ist Leiter des Arbeitskreis Förderstiftungen im Bundesverband Deutscher Stiftungen.



Fortbildung Philanthropie-Beratung

Zertifikats-Lehrgang in 3 Blöcken

24. - 26. April 2024 | Berlin

5. - 7. Juni 2024 | Online

11. - 13. Sept. 2024 | Berlin

Stifter/innen, Förderer und Unternehmer/innen wollen sich nicht länger aufs Geldgeben beschränken. Sie verstehen sich als Partner, Gestalter oder **Social Investor** und wollen vor allem wissen, was ihr Engagement bewirkt.

Philanthropie-Beratung / Advisor Philanthropy

Die Fortbildung richtet sich an Menschen, die diese Geber beraten und begleiten. Dabei stehen die **inhaltliche Ausgestaltung des Engagements** und der **Aufbau von Beziehungen** im Fokus:

- ▶ Erarbeitung der **individuellen Zielsetzung**, einschließlich der professionellen Integration in die persönliche Lebens- und Vermögensplanung
- ▶ **Orientierung zu Möglichkeiten und Formen des Engagements**
- ▶ Unterstützung bei der **Umsetzung durch Netzwerke und Partner**

Bis 2.4.24 zum Frühbuche Preis anmelden:



[www.ESV-Akademie.de/
Philanthropie](http://www.ESV-Akademie.de/Philanthropie)

Veranstalter:



ESVAKADEMIE

Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG · ESV-Akademie · Genthiner Straße 30 G · D-10785 Berlin · Tel. (030) 25 00 85-130 · info@ESV-Akademie.de

Kultur der Philanthropie in Österreich wächst!

Die Struktur der österreichischen Spendenslandschaft war bislang durch einen übermäßig hohen Beitrag der unteren und mittleren Einkommensschichten gekennzeichnet, während die höchsten Einkommensgruppen im internationalen Vergleich eher zurückhaltend agierten. Der auffällige Anstieg an Großspenden in den vergangenen zwei Jahren könnte einen Wendepunkt in der Philanthropie-Kultur des Landes markieren, den es nun gezielt zu fördern gilt. Eine wegweisende wissenschaftliche Untersuchung des Instituts für Höhere Studien (IHS) in Wien bietet hierbei klare Leitlinien.

Österreichs Millionärsdichte liegt weltweit im Spitzenfeld. Der European Wealth Report verortet Österreich sowohl beim Pro-Kopf-Vermögen (fünfter Platz in Europa) als auch beim Millionärsanteil in der Bevölkerung (vierter Platz in Europa) unter anderem vor Deutschland. Dennoch stammen in Deutschland zuletzt fast 44 % aller gemeinnützigen Zuwendungen von der Bevölkerungsgruppe mit einem Einkommen über 100 000 €, während die vergleichbare Steuerklasse in Österreich (ab 90 000 €) nur 9,6 % zum Spendenaufkommen beitrug. Die langjährige Analyse zeigt, dass in Öster-

reich nur 2 % aller Spenden jeweils über der Schwelle von 1000 € liegen.

Großspenden ermöglichen Außergewöhnliches

Im Vergleich zu dieser Langzeitbeobachtung, fielen in den Vorjahren übermäßig viele herausragende Major Donations von vermögenden Personen auf. Der langjährige Vorstandsvorsitzende der Strabag SE, Hans Peter Haselsteiner, gründete als Vorstand von 33 Stifter*innen die neue, mit rund 1,3 Mio. € ausgestattete Privatstiftung zur

Vier Fragen an IHS-Studienautorin Dr. Katharina Gangl

Was war der Ausgangspunkt der Studie?

Es ist ein gesamtgesellschaftliches Interesse, das Potenzial von Spenden insgesamt und Großspenden im Speziellen über die Förderung einer Kultur der Philanthropie zu steigern. Ziel der vorliegenden Studie war es deshalb, Maßnahmen zu entwickeln, die eine Kultur der Philanthropie, das heißt kollektive Praktiken, Werte und Emotionen fördern, die zu mehr philanthropischem Engagement in unserer Gesellschaft führen können.

Wie lief die Untersuchung ab?

Auf Basis einer Analyse der verhaltenswissenschaftlichen Literatur wurden 15 qualitative Interviews mit vermögenden Personen und zwei Fokusgruppen mit Vermögenden sowie zwei Expert*innen-Workshops durchgeführt. Dieses besondere Studiendesign ermöglichte unmittelbaren Einblick in die Beweggründe Vermögender für oder wider eine Spende.

Was waren die zentralen Erkenntnisse?

Die Ergebnisse zeigen, dass Vermögende in Österreich vor allem von intrinsischen Motiven, wie dem Bedürfnis nach sozialer Gerechtigkeit, zum Spenden motiviert werden. Im internationalen Vergleich wird außerdem in Österreich stärker das Gefühl der Verantwortung als Grund angegeben, sich philanthropisch zu engagieren. Effektivität wird als wesentliche Grundvoraussetzung für philanthropisches Engagement angesehen.

Bei den Hemmnissen stechen die ohnehin hohe Steuerbelastung und das hohe Maß an

Bürokratie, beispielsweise bei der Gründung einer Stiftung, hervor. Ebenfalls als Faktor, der einer Kultur der Philanthropie entgegenwirkt, wird die allgemeine Versorgungsmentalität innerhalb der Gesellschaft ins Feld geführt – also die in Österreich offensichtlich stark ausgeprägte Ansicht, der Staat allein sei für die Lösung jedweder sozialer, kultureller oder wissenschaftlicher Herausforderungen zuständig. Außerdem zeigt sich die mitunter ablehnende Haltung der Gesellschaft gegenüber Vermögenden als Argument gegen eine Spende.

Was kann nun getan werden, um die Philanthropie weiter auszubauen?

Im Rahmen der Studie wurden 36 konkrete Maßnahmen zur Stärkung des philanthropischen Engagements von Vermögenden erarbeitet. Von Vermögenden selbst wird etwa die Förderung eines niederschweligen Austausches zwischen Philanthrop*innen und die gegenseitige Unterstützung als besonders vielversprechend eingeschätzt, aber auch eine differenzierte öffentliche Diskussion zum Thema Spenden und Philanthropie – abseits des grundlegenden Misstrauens, das Mäzenatentum oftmals entgegengebracht wird.

Insgesamt wird es als zentralen Schritt darum gehen, jene Vermögenden, die Verantwortung übernehmen, als Gruppe jenen gegenüberzustellen, die glauben, der Staat sei für alles zuständig. Dadurch kann auch eine soziale Dynamik entstehen, die mehr Vermögende dazu motiviert, ebenso Verantwortung zu übernehmen.



Förderung der Künstler*innen-Stadt Gmünd in Kärnten, wo 2025 ein neues Kunsthaus eröffnet werden soll – zugleich ein hervorragendes Beispiel für das langfristig angelegte Konzept des gemeinsamen Stiftens. Mit 5,5 Mio. € hatte der bekannte Philanthrop über die Haselsteiner Familien-Privatstiftung zuvor unter anderem den Umbau des Französischen Saals im Künstlerhaus Wien unterstützt, um eine neue Arbeits- und Spielstätte der Wiener Staatsoper zu schaffen. Von 20,5 Mio. € Gesamtkosten finanziert der STRABAG-Konzern zusätzlich 10 Mio. € im Zuge eines Sponsorings.

Die US-amerikanische Milliardärs-erbin und Vorsitzende des Salzburg Global Seminar, Victoria Mars, spendete dem Salzburg Global Seminar, das sich bereits seit 1947 der Stärkung des globalen Dialogs zu Frieden und Konfliktlösungen widmet, 10,3 Mio. € aus ihrem Privatvermögen. Über die größte Privatspende in ihrer Geschichte (12 Mio. €) durch den Schweizer Unternehmer und Investor, Hans Peter Wild, durften sich die Salzburger Festspiele freuen. Mit diesen Mitteln wird das neue Festspielzentrum am Herbert-von-Karajan-Platz realisiert. Außergewöhnliches bewirkte auch die großzügige Zuwendung des Biologen Christian Palmers, Enkel des renommierten Gründers des Textilkonzerns Palmers, in der Höhe von 1,6 Mio. € an die Universität Graz. Diese Summe dient der Finanzierung einer neuen österreichischen Polar-Forschungsstation in Grönland, deren Hauptziel die Erforschung des Klimawandels in der Polarregion ist. Daneben verzeichnete besonders die Kulturszene beträchtliche Schenkungen. Wie erst kürzlich bekannt wurde, erhielt allein die Wiener Albertina 2023 Schenkungen im Wert von 50 Mio. € – darunter über 100 Werke aus der Schenkung der Lichtenstein Foundation.

IHS-Studie beleuchtet erstmals Motive von Vermögenden

Für Major Donor-Fundraiser*innen führt dieses gesteigerte Großspenden-Aufkommen zur berechtigten Frage, wie weit die Kultur der Philanthropie unter Vermögenden

gekommen ist, um zu bleiben und weiter zu wachsen. Um die weitere Entwicklung abzeichnen zu können, ist ein besseres Verständnis der Beweggründe vermöglicher Menschen für ein gemeinnütziges Engagement notwendig. Genau dies war im Vorjahr Thema einer wegweisenden wissenschaftlichen Untersuchung durch das Institut für Höhere Studien im Auftrag des Fundraising Verband Austria gemeinsam mit 13 NPOs unter dem Titel „Wie kann eine Kultur der Philanthropie aufgebaut werden? Verhaltenswissenschaftliche Maßnahmen mit Fokus auf Vermögende“.

Top-Rahmenbedingungen seit 2024 auch für Vermögende und Stiftungen

Zentrales Kriterium für Großspenden und Stiftungszuwendungen hochvermögender Menschen ist auch die Frage, ob im Land steuerlich anreizbildende Rahmenbedingungen bestehen. In diesem Punkt trafen Österreichs Stifter*innen und Großspender*innen bislang auf schlechte Bedingungen und mangelnde Rechtssicherheit. Im Gegensatz zu vielen europäischen Ländern hat die heimische Politik lange Zeit keine Verbesserungen initiiert. Nicht verwunderlich, dass sich Österreich im „Global Philanthropy Environment Index“ (2022) der Indiana University nicht im Spitzfeld wiederfindet.

Mit dem Gemeinnützigkeitsreformgesetz gelten in Österreich nun seit 2024 erstklassige Rahmenbedingungen für Philanthropie, die in der Praxis auch steuerliche Anreize für mehr Engagement von Vermögenden mit sich bringen. Auch das Wirkungsvermögen und die Zahl gemeinnützig tätiger Stiftungen dürften durch die Neuerungen einen maßgeblichen Schub erfahren, sind sich Expert*innen sicher. ■

Die wichtigsten Verbesserungen für gemeinnützige Stiftungen im Überblick

- Rechtssicherheit für gemeinnützige Stiftungen durch Umwandlung der bisher jährlich verlängerten Spendenbegünstigung in Dauerrecht
- Entfall der Deckelung der steuerwirksamen Zuwendungen zur Vermögensausstattung (bisher 500 000 € innerhalb von fünf Jahren) sowie Vortragsfähigkeit auf zehn Jahre
- Flexibilisierung der Mittelverwendung von Stiftungen, um je nach Hilfsbedarf Stiftungsmittel zum Einsatz bringen zu können

10. Fachtagung für Kulturfundraising und -sponsoring

Zum 10. Mal findet dieses Jahr die hochkarätige Fachtagung Kulturfundraising und -sponsoring statt. Dieses Mal steht das Thema „**Philanthropie trifft Kultur**“ im Zentrum, und damit die Frage, wie man philanthropisches Kapital von Vermögenden und Stiftungen für den Kulturbereich mobilisieren kann. Dazu sprechen Fundraising-Experten wie Bernard Ross und Andreas Schiemenz. Und natürlich kommen auch internationale Best Practice nicht zu kurz.

Zum 3. Mal werden im Zuge der Fachtagung die **Österreichischen Kulturfundraising Awards** vergeben. Reichen Sie Ihr Projekt ein unter:
www.fundraising.at/kulturfundraising-awards/



25. April 2024 – Diplomatische Akademie Wien

Tipp: Masterclass „Making the Ask“ mit Bernard Ross am 26. April 2024
Fragen und Anmeldungen gerne an: claudia.stroebitzer@fundraising.at

Swissfundraising-Fachgruppen gefragter denn je

Mit den Fachgruppen erleichtert Swissfundraising Fachleuten, also Erfahrenen und Expert:innen auf einem bestimmten Spezialgebiet des Fundraisings, den Austausch untereinander. Wissen weitergeben und bekommen im festen Kreis – das ist die Grundidee. Das Format mag zu überzeugen und erfreut sich grosser Beliebtheit: Aktuell gibt es 13 aktive Gruppen und zwei befinden sich in der Gründungsphase. Allein im letzten Jahr wurden vier neue Fachgruppen ins Leben gerufen.

Text: Mario Tinner | Fotos: Roger Tinner

«Die Fachgruppe ist eine Bereicherung und wertvolle Ressource für mich. Sie ist mehr

als nur ein Netzwerk: Sie bietet Wissensaustausch, gegenseitige Unterstützung und inspirierende Diskussionen zu relevanten Themen, die mir am Herzen liegen.» Dieses Zitat eines Fachgruppenmitglieds spiegelt den äusserst positiven Tenor aller eingeholten Stimmen wider. Die Fachgruppen leben von der regelmässigen Teilnahme ihrer Angehörigen und der Bereitschaft, erworbene Berufserfahrung mit anderen zu teilen. Und wenn alle voneinander lernen wollen, profitieren letztlich auch alle.

Hier findet eine Form des Lernens Anwendung, die Verbindlichkeit von Interessierten verlangt und Engagement: beim Leisten kürzerer oder längerer Inhaltsbeiträge, beim Verfassen von Zusammenfassungen von

Treffen oder als deren Gastgeber:in. Dafür tauschen Fachgruppen pures Praxiswissen, Erfahrungen aus dem Alltag, die weder Bücher noch Online-Foren oder Seminare geben. Das setzt bei den Teilnehmenden einen bereits vorhandenen Fundraising-Hintergrund voraus.

Grosse Nachfrage und hohe Autonomie

Derzeit sind über ein Dutzend Fachgruppen aktiv. Es gibt drei Gruppen zum Thema Förderstiftungen, zwei zu Corporate Fundraising (Zürich und Bern), Nachlässe und Major Donor Fundraising («Kleine» und «Grosse») sowie je eine zu Digital Fundraising, Middle Donor sowie Regular



Jede Fachgruppe (hier jene der Dienstleister:innen) startet mit einer Kick-off-Sitzung, an der sich die Teilnehmenden ein erstes Mal oder besser kennenlernen, Themen erarbeiten und Schwerpunkte setzen.

Giving. Ausserdem tauschen sich alle Teilnehmenden des Direct Mail Panel in einer Fachgruppe aus. Seit diesem Jahr gibt es auch eine eigene Gruppe spezifisch für den Austausch unter Dienstleister:innen.

Etwa die Hälfte aller Fachgruppen wurde in den letzten zwei Jahren ins Leben gerufen, zwei weitere (zu Leadership sowie Hochschulfundraising) stehen in der Pipeline. Und die Nachfrage ist gross: Viele Gruppen führen zum Teil Wartelisten oder haben verschärfte Aufnahmekriterien. Die Fachgruppen sind generell sehr autonom organisiert und entscheiden selbst, welche Themenschwerpunkte sie setzen, wie häufig sie sich treffen oder zu welchem Zeitpunkt sie neue Mitglieder aufnehmen wollen und/oder können. 



Du bist Swissfundraising-Mitglied und daran interessiert, dich mit deiner Erfahrung in einer Fachgruppe zu engagieren? Dann melde dich mit deinem CV und deiner Motivation direkt bei info@swissfundraising.org. Aber Achtung: Einige Fachgruppen sind «ausgebucht» und nehmen derzeit keine neuen Mitglieder auf. Alle Informationen zu den Voraussetzungen für eine Teilnahme findest du unter swissfundraising.org



Stimmen aus den Fachgruppen

Lea Moliterni,

Leiterin Fachgruppe Major Donor Fundraising für Grosse

«Ich bin sehr stolz darauf, seit über fünf Jahren eine unglaublich heterogene, hochtalentierete und sehr inspirierende Truppe von Schweizer Major Donors-Fundraiser:innen leiten zu dürfen. Wir ergänzen uns nicht nur geradezu idealtypisch in unseren Kompetenzen und Charismen, sondern haben auch richtig viel Spass dabei. Ich gelte als strenge Leiterin, weil ich sehr auf Disziplin und Einhaltung der Vertraulichkeits-Regeln achte, und stelle mein Amt jährlich zur Verfügung. Aber ich werde immer wieder mit 100%-iger Akklamation wiedergewählt, sodass ich es wohl nicht ganz so falsch mache.»

Roland Thörisch, Mitglied Fachgruppe Corporate Fundraising

«Bei unseren Fachgruppen-Treffen können wir in einer offenen Atmosphäre Ideen austauschen und haben Raum für kritische Fragen. Es ist wichtig, dass wir voneinander lernen und uns gegenseitig voranbringen. Ich schätze es, dass hier auch kritische Fragen ihren Platz haben und wir darüber diskutieren können. Der Austausch darüber, wie Ideen entstehen und welche Auswirkungen sie bei unseren Partnern haben, ist äusserst hilfreich für unseren Alltag im Fundraising.»

Nathalie Schaufelberger,

Mitglied Fachgruppe Major Donor Fundraising für Grosse

«Als langjähriges Mitglied der Fachgruppe ist es immer ein bisschen ein Heimkommen, aber auch immer ein Staunen darüber, wie mutig und kreativ andere sein können und was anderswo möglich oder eben nicht möglich ist. Es ist aber auch immer wieder Bestätigung für die eigene Arbeit und ein Riesen-Pool für Ideen. Ich bin dankbar für den offenen Austausch und möchte die Fachgruppe auf keinen Fall missen.»

Rosanna Clarelli, Elisabeth Wintzler, Sabine Maurer Sabbat Co-Leiter:innen Fachgruppe Nachlässe 1

«Unsere Fachgruppe ermöglicht uns, ein starkes Netzwerk mit Erbschaftsfundraising-Expert:innen aufzubauen. Dank unseren regelmässigen Sitzungen haben wir die Gelegenheit, voneinander zu lernen, bewährte Praktiken zu teilen und aktuelle Herausforderungen zu besprechen. Gleichzeitig diskutieren wir über die neuesten Entwicklungen, Trends und Best Practices im Erbschaftsfundraising. So bleiben wir alle stets auf dem Laufenden über innovative Strategien, die den Alltag rund um das spannende Thema Testament und Vererben effizienter gestalten können.»

Neue Aufgaben rund ums Fundraising

Zurück an alter Wirkungsstätte



Seit Anfang Dezember ist **Judith Arens** als Fundraiserin und Ansprechpartnerin für alle Fragen rund ums Spenden, Stiften und Vererben bei der Stiftung der Deutschen Lions in Wiesbaden beschäftigt. Von 2011 bis 2022 war sie schon für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit verantwortlich, zuerst beim Hilfswerk der Deutschen

Lions und später bei der Stiftung der Deutschen Lions. Anschließend wechselte sie für ein Jahr zur Christoffel Blindenmission (CBM), um als Communications Officer in der Abteilung „Institutionelle Geber und Philanthropie“ das Fundraising, insbesondere für Großspenden, Stiftungen und Legate, kommunikativ zu begleiten. Nun ist sie an ihre alte Wirkungsstätte zurückgekehrt, um die „Löwen und Löwinnen“ vom Lions Club fürs Stiften und Spenden zu begeistern.

Verstärkung in der Geschäftsleitung



Nadja Malak ist seit dem 1. Februar 2024 Geschäftsleiterin Movement Building bei Amnesty International Deutschland und verantwortet die Bereiche Fundraising und Activism. Zuvor war sie seit 2009 bei SOS-Kinderdörfern in führenden Positionen tätig, zuletzt als Bereichsleiterin Unternehmenspartner & Innovationen. Bei

Amnesty hat Nadja Malak schon 1999 für drei Jahre als stellvertretende Leiterin der Öffentlichkeitsarbeit sowie als Fundraising-Managerin gearbeitet.

Neu im Greenpeace-Großspenden-Team



Seit 1. März 2024 ist **Olaf Höwner** Teil des Großspenden-Fundraising-Teams von Greenpeace Deutschland in Hamburg. Der Wirtschaftswissenschaftler und frühere Versicherungsmanager arbeitete seit seinem Wechsel in den Non-Profit-Sektor im Nachlass-Fundraising und sammelte als „Philanthropy Officer DACH“ beim International

Fund for Animal Welfare (ifaw) auch Major-Donor-Erfahrungen. In den vergangenen Jahren war er bei Vier Pfoten – Stiftung für Tierschutz tätig.

Neues Vorstandsmitglied bei „FreeTheBees“



Raphaële Piaget nimmt beim Schweizer Bienenschutz-Verein „FreeTheBees“ zusätzlich Verantwortung im Vorstand wahr. Sie ist nun Leiterin für das Citizen-Science-Projekt „Swiss BeeMapping“ und das Artenschutzprojekt „Baumhöhlen für die Biodiversität (im Wald)“. Dabei wird sie neben der Kommunikation auch das

Fundraising mit ihrer langjährigen Expertise im Umweltschutz verstärken. Vereinsziel ist es, wieder eine freilebende Bienenpopulation aufzubauen.

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

Mit Save the Children in die Zukunft



Im Dezember hat **Maria Steinbauer** als neue Direktorin die Leitung des Bereichs Fundraising & Philanthropie bei Save the Children Schweiz übernommen. Gemeinsam mit 22 erfahrenen und engagierten Fundraiserinnen und Fundraisern will sie die Zukunft bei der Kinderrechtsorganisation gestalten. Diese ist seit über hundert Jahren weltweit tätig, in der Schweiz jedoch erst seit etwa 15 Jahren präsent. Entsprechend hat sich Maria Steinbauer für ihre neue Tätigkeit vorgenommen, an der Bekanntheit der Organisation zu arbeiten und spezielles Augenmerk auf den Ausbau der Unterstützenden-Basis zu legen. Zuletzt war sie zehn Jahre Leiterin Fundraising beim Schweizerischen Roten Kreuz im Kanton Zürich. Ihre Tätigkeit als Dozentin an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften für den CAS Fundraising Operations führt sie weiter.

Seitenwechsel nach drei Jahrzehnten



Cornelia C. Kliment hat nach 33 Jahren im Hochschulfundraising die Seiten gewechselt und ist seit Oktober 2023 verantwortlich für Philanthropie Global bei Malteser International und im Vorstand der Malteser International-Stiftung. Nach zehn Jahren in der Universität Witten/Herdecke, wo sie für verschiedene Kampagnen verantwortlich war, wechselte sie 2007 zum Deutschen Hochschulverband. Dort beriet sie mehr als 200 Hochschulen, NPO und Stiftungen, veranstaltete den Fundraising-Kongress, einen europaweit ausgeschriebenen Hochschul-Fundraisingpreis und bot in Workshops, Seminaren und begleitenden Beratungsmandaten ihre Expertise an. Gleichzeitig baute Cornelia Kliment die Deutsche Universitätsstiftung auf, die sie über Fundraising für Stipendienprogramme, Preise und große Events finanzierte.

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

gutes-wissen.org

Das gute **Job-Portal** für die Gute Sache

The image shows a laptop and a smartphone displaying the website **gutes-wissen.org**. The laptop screen displays a search interface with the headline "Finden Sie gute Jobs, die die Welt besser machen!". Below the headline is a search bar labeled "Jobbezeichnung eingeben". To the right of the search bar is a list of filters under the heading "Ich interessiere mich für folgende Themen/Bereiche:". The filters include categories like "Andere", "Energie", "Frieden", "Gleichberechtigung", "Kinder", "Kunst", "Natur", "Recht", "Sport", "Verkehr", "Bildung", "Entwicklungssozialwissenschaften", "Geflüchtete", "IT", "Kirche", "Medien", "Militär", "Senioren", "Stiftung", "Wirtschaft", "Demokratie", "Finanzen", "Gesundheit", "Jugend", "Klima", "Menschenrechte", "Ökologie", "Social Business", "Teilhabe/Integration", "Wohlfühl", "Diversität", "Frauen", "Gesundheit", "Katastrophentilfe", "Kultur", "Musik", "Rente", "Sozialen", "Tiere", and "Wohlfühl". There are also buttons for "Arbeitsort eingeben", "Job suchen", and "Job schalten (ab 0 €)". The smartphone screen shows the cover of the magazine "Gutes Wissen für die Gute Sache" with the subtitle "Gutes Wissen für Vereine, NGO, Stiftung, Non-Profit, Verband, Social Entrepreneur und alle, die die Welt besser machen wollen - by Fundraising-Magazin".

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



Diakonie Deutschland mit neuen Präsidenten



Die Diakonie Deutschland hat einen neuen Präsidenten. Pfarrer **Rüdiger Schuch** hat zum Jahreswechsel sein neues Amt angetreten und löst damit Ulrich Lilie ab, der in den Ruhestand getreten ist. Rüdiger Schuch ist zugleich stellvertretender Vorstandsvorsitzender des Evangelischen Werks für Diakonie und Entwicklung (EWDE). Zuletzt vertrat er als Leiter des

Evangelischen Büros NRW in Düsseldorf die Landeskirchen im Rheinland, von Westfalen und Lippe gegenüber der Landesregierung und dem Landtag von Nordrhein-Westfalen. Zuvor war er Vorstandsvorsitzender der Evangelischen Perthes-Stiftung e.V. Von 2006 bis 2013 stand Rüdiger Schuch als Superintendent an der Spitze des Evangelischen Kirchenkreises Hamm und gehörte in dieser Zeit verschiedenen diakonischen Aufsichtsgremien an.

Fundraising-Urgestein mit neuer Aufgabe



Nachdem **Günther Lutschinger** sich Ende 2023 nach über 16 Jahren als Geschäftsführer des Fundraising-Verbands Austria in den Ruhestand verabschiedet hatte, hat er nun eine neue Aufgabe übernommen. Seit Januar dieses Jahres ist er Geschäftsführender Vorstand beim österreichischen Verband für Gemeinnütziges Stiften, wo er sich bereits seit 2014 engagiert. Parallel dazu ist er auch als Senior Business Advisor selbstständig.

Pro Juventute Schweiz begrüßt neue Direktorin



Die ehemalige Olympiateilnehmerin und ausgebildete Juristin **Nicole Platel** ist seit März 2024 neue Direktorin bei Pro Juventute, der größten Stiftung für Kinder und Jugendliche in der Schweiz. Beruflich war sie bis jetzt in der Medien- und Kommunikationsbranche zuhause, zuletzt als Mitglied der Geschäftsleitung beim

Magazin „Beobachter“. Ihre weiteren Schwerpunkte sind Digitalisierung, Unternehmensentwicklung, Innovation und Transformation.

Doppelaufgabe bei der Stiftung Brot für die Welt



Seit dem 1. Dezember 2023 hat die Stiftung Brot für die Welt einen neuen Geschäftsführer. **Kai Wichmann** ist bereits seit 2013 bei der Organisation beschäftigt und hat zunächst den Bereich Online-Marketing ausgebaut. Parallel zu seiner neuen Aufgabe leitet der zertifizierte Stiftungsmanager auch weiterhin

das Referat Marketing, Vertrieb und Spenderservice und ist außerdem Lehrbeauftragter für IT-Anwendungen im Marketing und Fundraising an der HWR Berlin.

GLÜCK AUF

FÜR IHRE »KOHLE-FÖRDERUNG«

BODENSTÄNDIGE SOFTWARE
AUS DEM HERZEN DES RUHRPOTTS:

- Buchhaltung,
- Fundraising,
- Adress-, Beleg- und Projekt-Management,
- Controlling ...



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

OPTIGEM OPTIMIERTE SOFTWARELÖSUNGEN FÜR GEMEINNÜTZIGE ORGANISATIONEN

INFO@OPTIGEM.COM · 0231.182.930 · HOHENBUSCHEI-ALLEE 1 · 44309 DORTMUND

Vom Stiftungsrat in die Geschäftsführung



Anfang des Jahres 2023 hat **Alex de Geus** die Geschäftsführung der Stiftung SOS-Kinderdorf Schweiz übernommen. Der 59-jährige Unternehmer kennt die Organisation gut, denn er war bis dahin bereits aktives Stiftungsratsmitglied, hat diese Aufgabe aber nun abgegeben. Er folgt auf Alain Kappeler,

der eine eigene Firma gegründet hat und deshalb nach sechs Jahren nicht mehr als Geschäftsführer der Stiftung zur Verfügung steht.

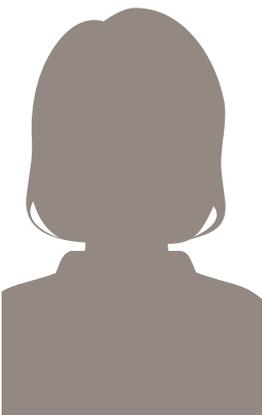
Stiftungsprofi übernimmt Vorstandsvorsitz



Anne von Fallois hat im Dezember 2023 die Arbeit als Geschäftsführende Vorstandsvorsitzende der Deutschen AIDS-Stiftung aufgenommen. Die Politikwissenschaftlerin hat 19 Jahre in Führungspositionen im Bundespräsidialamt gearbeitet. Danach war sie bei der Personal- und Unternehmensberatung Kienbaum, deren Praxisgruppe „Public & Non Profit“ sie leitete. Sie bringt große Erfahrung in der Arbeit für und mit Stiftungen im Gesundheitssektor mit.

der eine eigene Firma gegründet hat und deshalb nach sechs Jahren nicht mehr als Geschäftsführer der Stiftung zur Verfügung steht.

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 koepefe@fundraising-magazin.de

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



Klare Verdienst-Angaben in Jobanzeigen

Transparente und faire Gehaltsstrukturen – wie geht das eigentlich?

Nach Jahren des Tabus scheint ein Paradigmenwechsel Einzug zu halten: Immer mehr Menschen wünschen sich transparente Gehaltsangaben in Stellenanzeigen. Das ist sinnvoll, denn Gehaltstransparenz kann einen wesentlichen Teil zum Gerechtigkeitsempfinden von Mitarbeitenden beitragen.

Von KATHARINA HOLZNER

Dem aktuellen Gehaltsreport des Jobportals Stepstone zufolge bewerben sich 89 Prozent der Jobsuchenden eher auf Stellenanzeigen mit Lohnangabe. Stepstone sieht Gehaltstransparenz als „ein strategisches Werkzeug im Wettbewerb um Talente“. In Österreich wird schon seit Jahren in Stellenanzeigen das Gehalt angegeben. Für Ferdinand Lischka, Gründer und Geschäftsführer der österreichischen Job-Plattform NGOjobs, liegen die Vorteile klar auf der Hand: „Es gibt im Jahr 2024 keinen vernünftigen Grund mehr, nicht zumindest eine Gehaltsspanne anzugeben. Es muss zwar in Österreich nur das gesetzliche Mindestgehalt für die jewei-

lige Stelle angegeben werden, und dieses liegt häufig weit unter dem tatsächlichen Gehalt – aber es bietet den Jobsuchenden eine sehr wichtige Orientierung. Ausschreibungen ohne Gehaltsangabe sind in Österreich nicht nur (fast immer) rechtswidrig, sondern werden inzwischen auch als unseriös empfunden.“

Dabei kann es so einfach sein. Nämlich wenn ein klares Gehaltsmodell vorhanden

ist, welches unter anderem beinhaltet, wie hoch ein angemessenes und konkurrenzfähiges Gehalt für eine bestimmte gesuchte Position sein sollte. Doch häufig verfügen viele Organisationen über kein klares Gehaltsmodell und die Einstufung unterschiedlicher Positionen erscheint beinahe willkürlich. Aber was ist eigentlich ein faires Gehalt? Und warum sollte Teammitglied X anders entlohnt werden als Person Y? Gerade in

Der Weg zu einem neuen Gehaltsmodell

- Binden Sie das Team frühzeitig ein: Welche Wünsche gibt es an die Kriterien der Vergütung (z. B. Erfahrung vs. Leistung) und ihre Höhe?
- Schaffen Sie Klarheit, welche Personalkosten die Organisation sich in Zukunft leisten will.
- Überlegen Sie, wie viel Transparenz zur Ihrer Organisation passt. Soll am Ende alles offenliegen?
- Formulieren Sie einen klaren Kriterienkatalog: Welche Maßstäbe muss das Modell am Ende erfüllen, um gut zu sein? Ist beispielsweise Konkurrenzfähigkeit nach außen oder interne Gerechtigkeit wichtiger?
- Planen Sie genug Zeit und personelle Ressourcen ein: Das Reden über Geld, Gerechtigkeit und (monetäre) Wertschätzung ist auch mal emotional.

Zeiten des Fachkräftemangels sollten sich auch Non-Profit-Organisationen gut überlegen, wie viel Gehalt sie den hoch qualifizierten Bewerbenden anbieten. Denn „Geld allein macht zwar nicht glücklich, beruhigt aber ungemain“.

Fehlende Nachvollziehbarkeit

Ein Gehaltsmodell macht Gehaltsverhandlungen obsolet und ist idealerweise transparent, nachvollziehbar und fair für alle Mitarbeitenden. Auch der gemeinnützige Verein foodwatch e.V. hat vor einigen Jahren ein Gehaltsmodell eingeführt. „Über die Jahre hatte sich die Gehaltsstruktur ohne bösen Willen relativ inkonsistent entwickelt. Unterschiede in der Bezahlung waren oft nicht mehr nachvollziehbar. Um die Bezahlung gerechter zu machen und nicht nur die zu bevorzugen, die sich nach mehr Geld zu fragen trauten, wollten wir ein Gehaltssystem“,

so Dr. Chris Methmann, Geschäftsführer von foodwatch e. V.

Die Mühe lohnt sich

Ja, es steckt viel Mühe und Arbeit darin, ein Gehaltsmodell zu entwickeln. Doch es lohnt sich wirklich. „Alle Beteiligten können sich den Stress der jährlichen Gehaltsverhandlung sparen. Und Bewerbende freuen sich, dass alles nachvollziehbar ist. Außerdem berücksichtigen wir sehr unterschiedliche Faktoren jetzt automatisch: Wer Kinder oder zu pflegende Angehörige hat, einen Studienkredit abzahlt oder viel (Führungs-) Verantwortung hat, wird dafür fair entlohnt“, erläutert Dr. Chris Methmann. Gleichzeitig ist es ihm besonders wichtig, das Team bei der Erarbeitung einer neuen Gehaltsstruktur mitzunehmen, Sorgen ernst zu nehmen, Bedenken zu hören und tatsächlich zu berücksichtigen, was nach Meinung der Mit-

arbeitenden ein faires Gehalt ist. Übrigens: Ein hohes Gehalt ist nicht alles, führt beim Großteil der Menschen aber zu einer Steigerung der eigenen Zufriedenheit. Besonders in zivilgesellschaftlichen (spendenbasierten) Organisationen lassen sich Gehälter nicht leicht kontinuierlich erhöhen. Daher ist es für die Zufriedenheit erst recht entscheidend, dass das eigene Gehalt als gerecht empfunden wird. ■



Katharina Holzner, Senior-Projectmanagerin bei Talents4Good, begleitet Organisationen dabei, ein passendes Gehaltsmodell zu erarbeiten und einzuführen und schafft mit ihrer Arbeit

mehr Transparenz im Non-Profit-Sektor. Außerdem unterstützt sie Organisationen dabei, die am besten geeignete Person für wichtige Jobs zu finden, und hilft Menschen beim Quereinstieg in den gemeinwohlorientierten Sektor.

► www.talents4good.org

SozialBank

Wir erhöhen Ihren Erfolg beim Spendensammeln.

Ob Dauerspende oder Fundraising per QR-Code – mit unserem kostenlosen Online-Spendentool sammeln Sie einfach und sicher Gelder für Ihr Vorhaben. Um auf Ihr Projekt aufmerksam zu machen, können Sie es zudem auf unserem Spendenportal sozialspende.de präsentieren.

Sprechen Sie mit uns. Wir helfen Ihnen.
 Telefon 0221 97356-0 | fundraising@sozialbank.de
 Bank für Sozialwirtschaft AG | www.sozialbank.de



Noch mehr Informationen zum Thema lesen
 Sie auch in unserem Online-Magazin unter
 ► web.fundraising-magazin.de



Soft-Skills für das „Solo-Fundraising“

Was es braucht, um alltäglichen beruflichen Herausforderungen zu begegnen

Während große Organisationen zunehmend spezialisierte Stellen anbieten, wird in kleineren oft das Gegenteil gesucht: All-rounder, also fachlich flexible Menschen, die neben dem Fundraising beispielsweise in der Verwaltung unterstützen oder die Öffentlichkeitsarbeit mitdenken können. Diese herausfordernden Stellen brauchen strategisch starke Persönlichkeiten, die Grenzen setzen und sich selbst motivieren können.

Von RABEA GANZ

Fundraising ist Teamwork, so der allgemeine Tenor. Doch was tun, wenn kein fachliches Team da ist? Es hapert nicht an Ideen, denn die Möglichkeiten sind vielfältig und die Hoffnung in das Fundraising oft groß. Gute Kommunikations- und Entwicklungsfähigkeiten sowie Change-Management können dabei sinnvolle Soft-Skills sein, um authentisch und realistisch im Solo-Fundraising in kleinen Organisationen zu wirken. Wenn

eine Organisation sich dazu entscheidet, Fundraising zu professionalisieren, ist der erste Schritt getan – so die Annahme. Die Realität kann jedoch anders sein: Das Fundraising wird trotzdem in Frage gestellt oder die Spendenposition mit Wünschen überhäuft, von Ehrenamtlichen, dem Kollegium oder dem Vorstand. Wünsche sind jedoch nicht die Realität.

Klar kommunizieren

Es ist wichtig, dass die Organisation versteht, dass Fundraising ein Gesamtkonzept ist und du alleine in kurzer Zeit in einer unentwickelten Struktur keine Wunder bewirken kannst. Dafür braucht es Ressourcen: Zeit, Geld und Know-How. Dies offen zu kommunizieren, kann deine Position in der Organisation stärken. Denn im Solo-Fundraising tun wir uns keinen Gefallen, wenn wir Wünsche einfach bejahen. Unsere Aufgabe ist es, einen strategischen Weg aufzuzeigen,

um das Fundraising mit seinen Instrumenten nachhaltig zu etablieren, die dafür benötigten Ressourcen einzufordern sowie durch Fachexpertise zu Investitionen zu ermutigen. Und: Dies alles mutig und klar zu kommunizieren.

Veränderung verstehen

„Das haben wir schon immer so gemacht.“ „Früher wurde das ehrenamtlich erledigt.“ „Dafür haben wir kein Geld.“ Diese Aussagen haben eines gemeinsam: Sie bringen Widerstand gegenüber Veränderung zum Ausdruck. Fundraising professionell in unbekanntem Organisationen zu etablieren, bedeutet vor allem eines: Veränderungen begleiten. Deshalb kann es als allein wirkende Fundraisingkraft nützlich sein, zu verstehen, wie Menschen auf Veränderung reagieren – folglich die eigene Expertise im Change-Management auszubauen. Dadurch wird das zwischenmenschliche Verständnis

geschult, die eigene Geduld trainiert und der Wandlungsprozess hin zu einer fundraising-affinen Organisation menschlich begleitet.

Vertrauen fördern

Nicht nur die Spendenden brauchen Vertrauen in die Organisation, sondern die Organisation braucht auch Vertrauen in den Fundraising-Kopf, um die Spendenstrategie mitzutragen. Um dieses Vertrauen zu fördern, kann Transparenz helfen. Kräfte im Solo-Fundraising können ganz bewusst ihr Fachwissen, die Kennzahlen und die Herausforderungen auch mit ihrem nicht-fachlichen Kollegium teilen. Je nach Struktur finden sich dann im Vorstand, der Programmarbeit oder unter den Ehrenamtlichen Menschen, die dabei unterstützen, einen für die Organisation passenden Fundraising-Fokus zu finden. Sie können eine Idee bestärken oder darauf kreativ Einfluss nehmen. Denn auch eine

einzelne Fundraisingkraft ist in einer kleinen Organisation nie wirklich allein. Team-sitzungen, Kaffeepausen, Ehrenamtstreffen oder schriftliche Reports sind gute Räume, um Wissen und Ideen in die Organisation zu tragen und um Feedback zu bitten.

Gemeinsam wachsen

Du kannst nicht alles wissen, und das ist okay. Aber du kannst gemeinsam mit deiner Organisation lernen. „Try and error“ hilft, um neue Instrumente zu finden oder durch Erkenntnisse vorerst auszuschließen. Neben diesem mutigen Vorgehen ist jedoch auch die fachliche Weiterbildung wichtig. Allein die passenden Fachseminare zu finden und finanziell zu verargumentieren kann insbesondere in kleinen Organisationen herausfordernd sein. Doch wenn sich das Fundraising professionell entwickeln soll, ist die fachliche Entwicklung zentral für dich und

deine Organisation. Ob autodidaktisch mittels Fachliteratur, durch ein fachliches Netzwerk oder durch Seminare – hier am Ball zu bleiben, lässt euch gemeinsam wachsen.

Dies alles im Solo-Fundraising dauerhaft und selbstmotiviert durchzuführen, ist schwer. Deshalb kann die Stärkung der eigenen Soft-Skills hilfreich sein, um den alltäglichen Herausforderungen resilient zu begegnen. ▣



Rabea Ganz ist zertifizierte Fundraising-Referentin, Digitale Konzepterin und Online-Marketing-Managerin. Sie wirkt derzeit für zwei NGOs: „Solo“ im Spendenfundraising für

peace brigades international – Deutscher Zweig e.V. sowie für die Kinderrechtsorganisation terre des hommes Deutschland e.V. im Team Institutional Major Giving.

► www.rabeaganz.de

FUNDRAISINGBOX



MEHR ALS EINE PLATTFORM FÜR DIGITALES FUNDRAISING



Plattform-Lösung:

Multi-Channel-Fundraising, CRM, Automationen, Payments und API.



Erfolgshelfende:

Unser Customer Success Team begleitet Dich persönlich zum Erfolg.



Sicherheit:

Wir garantieren für die Sicherheit Deiner Daten.



Großes Netzwerk:

Arbeite künftig mit den besten Kreativen und Strateg*innen an Deinen Projekten.

1.
digitale
Fundraising
Plattform im
deutschsprachigen
Raum.

15 Jahre
Erfahrung in der
Fundraising-Branche.

+5000
Begeisterte
Nutzer*innen

> 1 Mrd. €
verarbeitete
Spenden



100 Tage im neuen Job

Shoura Zehetner-Hashemi ist neue Geschäftsführerin von Amnesty International in Österreich

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

Die Menschenrechtsaktivistin und Iran-Expertin Shoura Zehetner-Hashemi hat mehrere Jahre im diplomatischen Dienst des Außenministeriums gearbeitet und will sich in ihrer neuen Position als Geschäftsführerin bei Amnesty International dafür einsetzen, dass die Politik Probleme wie Angriffe auf die Pressefreiheit auf ihre Tagesordnung setzt.

► www.amnesty.at



Wer ist Ihr neuer Arbeitgeber?

Amnesty International Österreich, die nationale Sektion von Amnesty International.

Welcher Jobtitel steht auf Ihrer neuen Visitenkarte?

Auf meiner Visitenkarte steht mein voller Name, Shoura Zehetner-Hashemi, meine Funktion „Geschäftsführung“ und alle Möglichkeiten, mit mir in Kontakt zu treten.

Wie würden Sie einem Kind erklären, was Sie machen?

Ich habe zwei Kinder im Volksschulalter. Wir sprechen darüber, dass es Dinge gibt, die jeder und jede machen darf. Beispielsweise zu sagen, was er oder sie denkt, was

er oder sie gut findet und was nicht. Und dass niemand deswegen ins Gefängnis gehen sollte. Doch leider passiert das in einigen Ländern der Welt. Und dann arbeiten Menschen wie Mama und viele andere daran, dass diese Personen wieder freigelassen und im Gefängnis nicht sehr schlecht behandelt werden.

Wo steht Ihr Schreibtisch: im Großraumbüro oder im Grünen?

In unserem sehr gemütlichen Großraumbüro sucht sich jeder und jede einen Platz, wenn er oder sie ins Büro kommt. Das Teilen von Informationen und die kreative Ideenfindung sind für unsere Tätigkeit essenziell. Da macht es schon Sinn, dass nicht jeder abgekapselt in seinem oder ihrem Büro sitzt.

Wie weit ist es bis zur nächsten Kaffeemaschine?

Es kommt darauf an, welchen Platz ich morgens im Büro ergattere. Wir haben ja keine festen Plätze, sondern wir verteilen uns jeden Tag beliebig. Die begehrtesten Plätze sind wohl nicht ganz zufällig jene in der Nähe der Kaffeemaschine.

Was braucht mehr Zeit? Das Pendeln zum Arbeitsplatz oder das allmorgendliche Checken der E-Mails?

Meistens beginne ich mit dem Checken der E-Mails direkt nach dem Aufwachen und führe das während meiner etwa 20-minütigen Straßenbahnfahrt ins Büro fort.

Wie hat Ihr neues Team Sie am ersten Arbeitstag begrüßt?

An meinem ersten Arbeitstag war ein Großteil des Teams im Büro anwesend. Das ist in einer Organisation mit viel Homeoffice ein schönes Zeichen der Wertschätzung.

Womit haben Sie sich die ersten Tage im Job beschäftigt?

Vor allem damit, mir die Namen meiner Kolleginnen und Kollegen und das Büro-Organigramm mit der Aufgabenverteilung zu merken. Parallel dazu habe ich die ersten Kennenlerngespräche geführt.

Wer oder was hat Sie überrascht?

Der hohe Grad an Strukturiertheit und die enorme Professionalität. Aus einem Ministerium kommend, war mein Bild von NGOs ein wenig anders. Die Orientierung an Prozessen, die langfristige und nachhaltige Planung, das unbedingte Einhalten von Fristen, alle diese Dinge haben mich sehr positiv überrascht.

Was lief gut und wo ist noch Luft nach oben?

Mein Einstieg hat hervorragend geklappt. Für eine Menschenrechtsorganisation, die in erster Linie Überzeugungsarbeit leistet, ist es besonders wichtig, laufend zu kommunizieren, auf Themen aufmerksam zu machen und die Öffentlichkeit darüber zu informieren, was wir eigentlich tun. Da sehe ich natürlich noch Luft nach oben. Ich finde es immens wichtig, die Bevölkerung für Menschenrechtsthemen noch stärker zu sensibilisieren. □

Job mit Sinn finden oder Stelle ausschreiben

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

gutes-wissen.org



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

Rendite für Non-Profits

Neuer Leitfaden zur nachhaltigen Vermögensanlage für Gemeinnützige

Die SozialBank (Bank für Sozialwirtschaft) hat den vierten Band ihrer Fachserie „Erfolgsfaktor Nachhaltigkeit in der Sozialwirtschaft“ veröffentlicht. Er widmet sich dem Thema Geldanlage. Der Leitfaden erklärt nachhaltige Anlagestrategien für gemeinnützige Organisationen und gibt Anregungen, wie die Geldanlage mit Blick auf eine nachhaltige Zukunft und regulatorische Anforderungen gelingt. Verschiedene Anlagestrategien, mit denen gemeinnützige Organisationen ihre gesellschaftlichen und ökologischen Ziele unterstützen und gleichzeitig eine angemessene Rendite erzielen können, werden erklärt. Der zweite Teil befasst sich mit den regulatorischen Rahmenbedingungen, die für gemeinnützige Organisationen relevant sind, wie EU-Vorgaben im Rahmen der Sustainable-Finance-Regulatorik und Anforderungen des Gemeinnützigkeitsrechts. Der Leitfaden kann kostenlos heruntergeladen werden unter:

► www.sozialbank.de/news-events/publikationen/bfs-marktreports

Kurzgefasst ...

Spendenquittung via QR-Code

Die Caritas Schweiz geht neue Wege: Alle Spenderinnen und Spender können auf ihrer postalischen Spendenbestätigung direkt eine digitale Version für ihre Steuererklärung herunterladen. Dazu muss man einfach den QR-Code scannen, das Passwort eingeben und schon lässt sich die Spendenquittung herunterladen oder per E-Mail senden.

► www.caritas.ch

Bank für Kirche und Caritas und Pax-Bank fusionieren

Die Bank für Kirche und Caritas eG Paderborn, und die Pax-Bank eG Köln, haben Fusionsverhandlungen aufgenommen. Die fusionierte Bank firmiert zukünftig unter dem Namen „Pax-Bank für Kirche und Caritas eG“. Mit der Fusion entsteht eine Kirchenbank mit einer Bilanzsumme von rund 9 Milliarden Euro und einem Kundenvolumen von ca. 18 Milliarden Euro.

► www.bkc-paderborn.de ► www.pax-bank.de

Rekordspenden für Kultur in Österreich

Im Jahr 2023 hat Hans Peter Wild die Salzburger Festspiele mit 12 Millionen Euro bedacht. Das ist die größte Privatspende in der Geschichte des Festivals. Im gleichen Jahr wurde zudem eine Privatstiftung zur „Förderung der Künstler*innen-Stadt Gmünd“ gegründet mit einem Startkapital von 1,3 Millionen Euro.

► www.salzburgerfestspiele.at

► www.kuenstlerstadt-gmuend.at

NABU wird 125 Jahre

Vor 125 Jahren gründete Lina Hähnle den Bund für Vogelschutz, aus dem der NABU hervorging. Seitdem ist viel geschehen: Es wurden Moore wiedervernässt, bedrohten Arten auf die Beine geholfen, Lebensräume renaturiert und sich immer wieder in die Politik eingemischt. Der NABU ist der mitgliederstärkste Naturschutz- und Umweltverband Deutschlands.

► www.nabu.de

Schuhhändler mit neuer Purpose-Initiative

Das Essener Familienunternehmen Deichmann steht seit Jahrzehnten für den Leitsatz „Das Unternehmen muss dem Menschen dienen“. Man will das Leben für die Kundinnen und Kunden – mit guten, bezahlbaren Schuhen –, aber auch für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Menschen in Not an vielen Stellen der Welt besser machen. „Deichmann bewegt!“ heißt daher die neue Purpose-Initiative. Im Fokus steht hierbei der Einsatz gegen Kinderarmut. Diesem Ziel widmet sich auch seit 50 Jahren die Deichmann-Stiftung.

► www.deichmann-bewegt.de

Ich stelle Euer Fundraising auf den Kopf

Ein Perspektivwechsel bringt immer neue Ansichten zutage, die die Arbeit verbessern.

Ich betrachte Euer Fundraising aus diversen Blickwinkeln und unterstütze Euch, beste Entscheidungen zu treffen.

Bucht jetzt Euren individuellen Fundraising-Check-up!

mail@januekermann.com

Preisgeld für digitales Miteinander

Erfolgsprojekte rund um Digitalisierung und Engagement gesucht

Ob Online-Plattformen für mehr Bürgerbeteiligung, Initiativen gegen Falschinformationen und Hassrede im Netz oder Tandem-Partnerschaften für die ersten Schritte mit dem Smartphone: Digitales Engagement hat viele Facetten. Um diese zu würdigen, vergibt die Initiative „Digital für alle“ (DFA) den „Preis für digitales Miteinander“.

Bis zum 7. April 2024 können sich gemeinwohlorientierte Projekte, die erfolgreich digitale Teilhabe fördern oder die Chancen des digitalen Wandels für bürgerschaftliches Engagement nutzbar machen, über ein Online-Formular bewerben. Die Projekte sollten bereits angelaufen und langfristig angelegt sein. Eine fachkundige Jury ent-

scheidet, wer gewinnt. Der Preis in den Kategorien „Digitale Teilhabe“ und „Digitales Engagement“ ist mit insgesamt 10 000 Euro dotiert.

In der Kategorie „Digitale Teilhabe“ können sich Projekte und Initiativen bewerben, die dazu beitragen, dass alle gesellschaftlichen Gruppen vom digitalen Wandel profitieren und dazu befähigt werden, an den digitalen Entwicklungen teilhaben zu können.

In der Kategorie „Digitales Engagement“ werden Projekte gesucht, die digitale Technologien auf innovative Weise nutzen, um bürgerschaftliches Engagement zu fördern, indem sie zum Beispiel Flüchtlingshilfe digital unterstützen, mit Open-Source-Lösun-

gen die Vereinsarbeit erleichtern oder sich gegen Hass im Netz einsetzen.

Digitales Engagement soll auch direkt am Digitaltag, dem 7. Juni 2024, sichtbar werden. Neben dem Fokusthema „Künstliche Intelligenz“ sind Aktionen etwa zu Nachhaltigkeit, Sicherheit, Kultur oder Engagement denkbar. Die Veranstaltungen können in Präsenz, online oder in hybrider Form im Zeitraum vom 1. bis 9. Juni 2024 stattfinden. Möglich sind beispielsweise öffentliche Vorträge, Workshops, Vorführungen digitaler Technologien, Coding-Seminare oder Hackathons.

► www.digital-miteinander.de

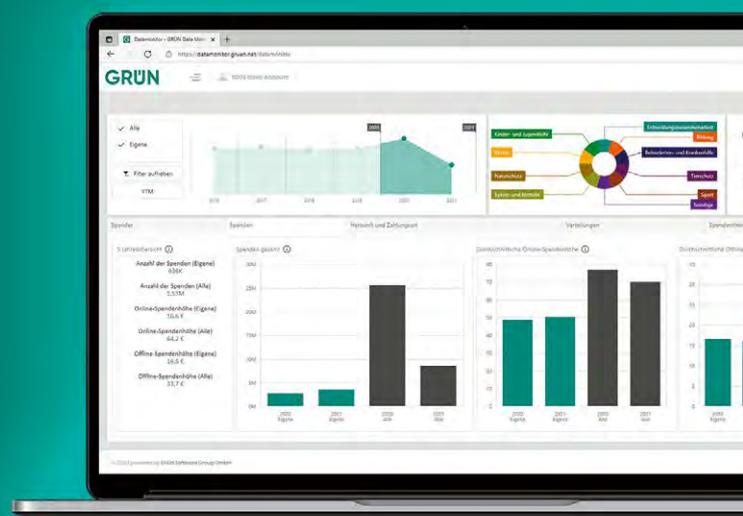
► www.digitaltag.eu/aktion-anmelden

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

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



IHR PROFESSIONELLER PARTNER FÜR
SPENDEN- & MITGLIEDERORGANISATIONEN



BPA Solutions GmbH

Wir bieten eine modulare Branchensoftware, die die Prozesse von Spenden- und Mitgliederorganisationen optimal abbildet. Mit

- Personenverwaltung
- Marketing und Fundraising
- Nebenbuchhaltung und Zahlungsverkehr
- Online-Spenden und -Anmeldung
- Vereinbarungen (Mitglieder, Dauerspender, Abos)
- Warenwirtschaft
- Projektverwaltung
- Kampagnen-Analysen werden Ihre Anforderungen effizient abgedeckt.

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



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-Fundraising von 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 SPOT-LIGHT, ist das Herzstück aller unserer Spendenaktivitäten.

- Mitgliederwerbung und -betreuung
- Spender- und Gönnermailings
- Reaktivierung
- Fundraisingtelefonie
- Spendenloiterien, 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!

Vollständig gemanagte Straße-, Event-, und Haustürkampagnen

Gemeinsam gestalten wir die Zukunft des Fundraisings neu!

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



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 23253000
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 Weltveränderer: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 und 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 info 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 Straße 14 · 10719 Berlin
partner@sendino.de | www.sendino.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 fundraising 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 Wertescoreing 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
Erkelendamm 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, Planungssupervision, Budgetplanung, Controlling, Qualitätsprüfung, Individualisierte Methodenentwicklung, Potentialanalysen, Konzeptentwicklung, Reorganisation von Fundraising-Strukturen, Optimierung der Spendenverwaltung
Hirzerweg 157 · 12107 Berlin
Telefon: +49 (0)30 70782840
info@akb-fundraising.net | www.akb-fundraising.net

Ambit Deutschland GmbH

Wir als Ambit Group sind als ein Microsoft-Gold-Partner im Non-Profit-Sektor tätig und unterstützen Organisationen bei der Umsetzung der anspruchsvollen Digitalisierungsprojekte. Das Herzstück bilden die CRM- und ERP-Lösungen.
Ambit Group hat auf der Microsoft-Plattform eine neue und einzigartige Fundraising-Lösung entwickelt.
Lankwitzer Straße 19 · 12107 Berlin
Telefon: +49 (0)30 7675849-0
berlin@ambit-group.com | www.ambit-group.com



Spenden Manufaktur GmbH

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&V Versicherung
► Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung
► Rahmenvertrag für Stiftungen (Bundesverband dt. Stiftungen), Verbände (DGVM)
► Spezial-Strafrechtsschutz-Versicherung
► Vertrauensschaden-Versicherung
► Anstellungsvertragsrechtsschutz-Versicherung
Tesdorfstraße 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

Wir gratulieren herzlich zur
100. Ausgabe!



adfinitas

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®

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 Verantwortung!

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
Kommunikationsservice
für Vereine und Verbände

Unsere Mitgliederverwaltung
hält Ihnen den Rücken frei

komserv-gmbh.de

KomServ GmbH

KomServ bietet professionelle Mitgliederverwaltung für Non-Profit-Organisationen, damit sich gemeinnützige Organisationen noch besser ihren eigentlichen Aufgaben widmen können!

Mit professionell gemanagten Daten verbessern Sie den Kontakt zu Ihren Förderern. Die Folge sind weniger Austritte, höhere Einnahmen und eine bessere Kommunikation.

Raiffeisenstraße 2 · 30938 Burgwedel
Telefon: +49 (0)5139 402500
info@komserv-gmbh.de | www.komserv-gmbh.de



service94
Sozialmarketing
Fundraising
Öffentlichkeitsarbeit

Dienstleistungen
im Bereich Fundraising
seit 1984




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
- Portfoliooptimierung
- 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.

Heerdtter Lohweg 212 · 40549 Düsseldorf
Telefon: +49 (0)211 54080810
andreas.eichel@nasconception.de
www.nasconception.de

OPTIGEM GmbH

Mit OPTIGEM die digitale Verwaltung Ihrer gemeinnützigen Organisation ganzheitlich optimieren. Vom Einzelplatz bis zu komplexen Serverlösungen und dezentralen Web- und Clouddiensten – OPTIGEM bietet seit über 20 Jahren Software und Module, persönlichen Support, Schulungen und hilfreiches Know-how für Ihre Finanz- und Spendenbuchhaltung, Kontaktmanagement, Fundraising u. v. a. m.

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



oneFIT NGO
Die Software für das
Spendenmanagement
in Ihrer Organisation

www.ngosoftware.de

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

bussgeld-
fundraising.de

Adressen Gerichte und Staatsanwaltschaften

- über 11.000 personalisierte Zuweiseradressen online verfügbar
- jederzeit aktualisierbar
- zielgruppengenaue Selektion
- „preiswert kaufen statt teuer mieten“

Fullservice: Mailings und Geldauflagenverwaltung

Wir übernehmen auch die komplette Mailingplanung und -abwicklung sowie die fachkundige und zuverlässige Verwaltung der Ihnen zugewiesenen Geldauflagen.



Mit
Geldauflagen
erfolgreich Projekte
finanzieren

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 Non-Profits. 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 Einsatz digitaler Medien und KI

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-Datenbank
- Neuspender-Adressen
- Marketing & Konzeption
- Spenderreaktivierung
- Fundraising

Fuldastraße 25 · 47051 Duisburg
Karl Heinrich Hooegeveen
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 gMBH

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

Es gibt viele bunte Vögel da draußen ...
Welcher passt zu Ihnen?

vanacken
Fundraising

van Acken Fundraising GmbH

Dienstleistung im Fundraising seit 1975

Wir bieten:

- Strategie (Marktforschung, Konzeptentwicklung, Adressauswahl, Erfolgskontrolle)
- Projektmanagement (Beratung, Koordination, Terminplanung, Etatüberwachung)
- Produktion (Druck, Personalisierung, Lettershop, Postversand)
- Print- und Außenwerbung
- Direktkommunikation (Mailings, Beilagen, telefonische Spenderbetreuung)
- Markenbildung
- Internet (Online-Marketing, Social Media)

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

UNITOP – DIE MARKTFÜHRENDE SOFTWARE FÜR NPOS

300 Spendenorganisationen
30 Mio. Spender
1 Fundraisinglösung
www.unitop-welt.de/fundraising

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

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

Spring Global Delivery Solutions

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

- Geschäftspost
- Direktmarketing
- Dialogbrief
- International / National

We listen. We inspire. We deliver.

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

Post für Sie.
Wir machen
Direct Mailings,
die richtig gut
ankommen.
www.fundango.de

fundango GmbH

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

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 Dauerspender | 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@steinrueckendich.de
www.steinrueckendich.de

FÜR IHREN SPENDEN-ERFOLG!
www.fundraising-profile.de

Fundraising Profile GmbH & Co. KG

Mit Mailings Menschen berühren und zum Spenden bewegen. Das ist unsere Leidenschaft.

- Ihr Fundraising profitiert von
- kreativen und glaubwürdigen Konzepten
 - 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.

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

Christian Gahrman 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.gahrman@web.de
www.christian-gahrman.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-Servicelösungen 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
Wir planen Ihre Tagung

Alle Erträge gehen zu 100% an Patienten mit Blutkrebs!

www.tagungsschmiede.de

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

Maßgeschneiderte Lösungen:
Jede Veranstaltung ist einzigartig. Daher ist auch unser Leistungsangebot sehr breit gefächert. Ob Sie eine Fortbildung mit 100 Personen, oder einen Kongress mit 600 Teilnehmern planen – wir unterstützen Sie gerne mit individuellen Dienstleistungen oder unserem Rundum-Sorglos-Paket! Kontaktieren Sie uns!
Thomas-Mann-Straße 40 · 53111 Bonn
Telefon: +49 (0)228 33889210
info@tagungsschmiede.de
www.tagungsschmiede.de

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
► Kündigungsprävention
► 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

Mailings sind Herzenssache.

gfs. fundraising data-driven

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 -scoring
► 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!

www.gecko-international.com

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 strategien

Wir heben Ihre Fundraising Potenziale.

fundraising-strategien.de

fundraising strategien

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-strategien.de
www.fundraising-strategien.de

DEUTSCHLAND PLZ 6

eXotargets Data Network GmbH

Ihr Ansprechpartner für 100% Success
Sie wünschen eine optimale Spendergewinnung 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 Address-Service bereinigen Sie Ihre Kundenbestände 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

Die Fundraising Software- und Servicespezialisten

ENTERBRAIN

www.enterbrain.eu

ENTERBRAIN Software GmCbH

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 Spenden-tool 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@gemindirect.de | www.gemindirect.de

BluFoxy
ADVISING ORGANISATIONS

Gemeinsam zu Ihrem Ziel!

kontakt@blufoxy.org

BluFoxy GmbH

Advising Organisations
Mit langjähriger Erfahrung und Innovationskraft begleiten wir Sie gerne zu nachhaltigem Wachstum über Analyse, Strategie, Konzeption, Umsetzung, Control 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@blufoxy.org | www.blufoxy.org



DTV GERMANY

Mit Filmen Menschen bewegen.
DRTV, Online, Social Media

kontakt@dtv-germany.de

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.

Bertiner 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)

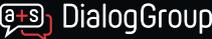
Kallenbergstr. 58 · 70825 Korntal-Münchingen
Telefon: +49 (0)711 88713-0
post@arnold-demmerer.de
www.zielgruppenmarketing.de

pb direkt

Praun, Binder und Partner GmbH

Neutraler DV-Dienstleister für die Verarbeitung von Adressen mit feinstjustierten Abgleichen, intelligentem Scoring und unerreichter Datenvielfalt. Mit qualifizierten Adressen sinken die Retouren-/Produktions- und die Portokosten gleichermaßen. Ob Fremddaten 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



LET'S SKIP THE BLA

as-dialoggroup.de

a+s DialogGroup GmbH

Weniger Bla, mehr Aha. Dialogmarketing lebt von Dialog, doch das letzte Wort haben bei uns Daten. Sie verraten uns, wie Sie bei Ihren Zielgruppen in den Briefkasten, ins E-Mail-Postfach, in Feeds, Storys und ins Gespräch kommen. Und am Ende: Spenden generieren.

- Strategisches Fundraising
- Kampagnenkreation online / offline
- Listbroking & Datenmanagement
- Produktion & Webentwicklung

Stuttgarter Straße 41 · 71254 Ditzingen
Telefon: +49 (0)7156 4258410
contact@as-dialoggroup.de
<https://as-dialoggroup.de>



pdirekt
Mailings, die bewegen

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

Auf der Suche nach Inspiration?

Kostenlose E-Mail-Serie "25 Fundraising-Inspirationen" abonnieren!

www.JanUekermann.com



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

Mailingverstärker von fides!
Emotional, ökologisch & günstig

Formfrei gestaltbar (z.B. Ihr Logo)

Emotion by fides



Kofferranhänger by fides



Fordern Sie unseren digitalen Produktkatalog an!

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 Inselfösungen 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 Jahr 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-Automations-Software
- Datenstrategie
- KPI-Dashboard-Entwicklung

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



„Unser Telefon-Job macht die Welt ein Stück besser.“

www.teledialog.com

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 · 80326 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 Spendshops. 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.
 Schiefelgrabenstraße 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



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



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



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-, Standardintegrationen
 ▶ 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!
 Vollständig gemanagte Straße-, Event-, und Haustürkampagnen
 Gemeinsam gestalten wir die Zukunft des Fundraisings neu!
 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-Instrumentes
 ▶ Datenbank/Datenmanagement
 ▶ Konzeption und Umsetzung von Kampagnen
 ▶ Unterstützung Themenwahl
 ▶ Storytelling und Gestaltung
 Sonnmattthof 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 Briefherstellung 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
 benediktt@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 fñgt sich in die bestehende Fundraising-Infrastruktur ein.
 Hardturmstrasse 101 · 8005 Zürich
 Telefon: +41 (0)44 5335620
 zurich@raisenow.com | www.raisenow.com



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 neuestes Produkt „Story To Go“ zeigt NGO-Projekte als packende Geschichten. Unsere Spendenserviceplattform miniert für Spender*innen den Verwaltungsaufwand.
 Hardturmstrasse 261 · 8005 Zürich
 Telefon: +41 (0)44 5638888
 info@corris.com | www.corris.ch



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 Secure Hosting
- tägliche Adressaktualisierung
- Datenanalysen und Potenzialermittlung
- wirksame Selektionen
- Spendenerfassung und Verdankungen
- transparente Abbildung Spenderverhalten

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

Arenae Consulting AG

Als etablierte Branchensoftware bietet die modular aufgebaute CRM-Datenbank fundraide™ Schnittstellen zu allen gängigen Anwendungen (Buchhaltungssoftware, 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 cuore

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 cuore!
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 Diplomelehrgänge, 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.

Certrudstrasse 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. Produktion & 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 info 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 schauen 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



Zutaten für erfolgreiches Online-Fundraising

Wie man Traffic, Spendenhöhe und Conversion steigert

Ein Online-Spendenformular auf der Organisations-Website ist der erste Schritt, um Online-Fundraising zu betreiben. Doch um damit tatsächlich Spenden zu generieren, muss die Website auch gefunden werden, benutzerfreundlich sein und zum Spenden motivieren.

Von **KARIN SOMMER**

Die drei Schlüsselemente Traffic, Spendenhöhe und Conversion sind die Stellschrauben, mit denen das Online-Spendenvolumen erhöht werden kann. Jede von ihnen kann durch einzelne Maßnahmen verändert werden.

Zu Beginn steht die Analyse: Wie viele Besuchende hat die Website monatlich (Traffic)? Wie hoch ist die durchschnittliche Spendensumme bei Online-Spenden (Spendenhöhe)? Wie viele Website-Besuchende tätigen tatsächlich eine Spende (Conversion)? Sobald diese Zahlen bekannt sind, kann Optimierungspotenzial ausfindig gemacht werden.

Traffic erhöhen

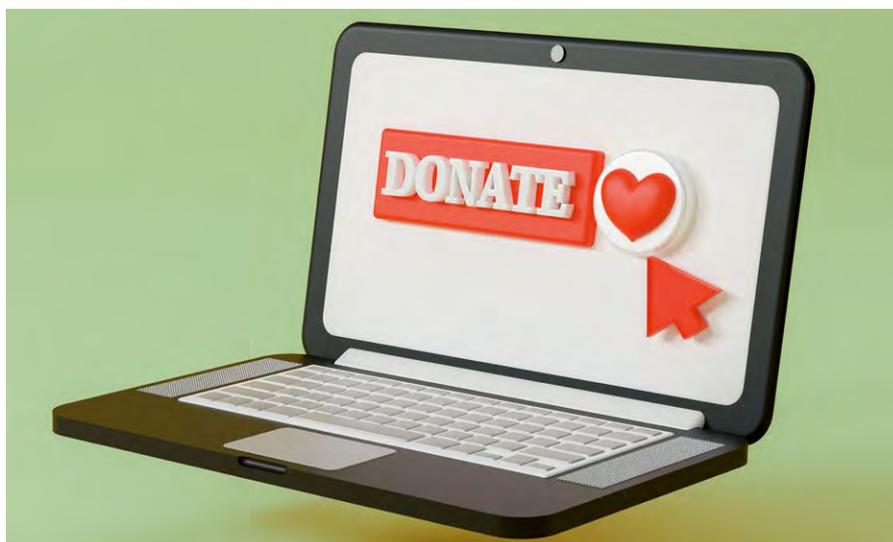
Nur wenn tatsächlich Menschen auf die Website kommen, wird auch jemand spenden. Dafür kommen verschiedene Maßnahmen in Betracht, um mehr Aufmerksamkeit für die eigene Website zu generieren:

1. SEO

Interessanter, regelmäßig neuer und aktueller Content wird von den Suchmaschinen belohnt. Wichtig ist hierbei, dass die Nutzenden tatsächlichen Mehrwert durch den Content erhalten und möglichst lange auf der Seite bleiben.

2. SEA

Durch Anzeigen in Suchmaschinen (zum Beispiel Google Ad Grants) kann die Web-



site zu verschiedenen wichtigen Keywords ganz oben in der Suche angezeigt werden.

3. Social Media

Sowohl organische Social Media Postings als auch bezahlte Werbung führen neue Benutzende auf die Website.

4. E-Mail-Marketing

Ein Newsletter, der Themen anteaert und dann auf die Website verlinkt, kann den Traffic ebenfalls effizient erhöhen.

5. Pressearbeit und externe Verlinkungen

Je bekannter die NPO, desto mehr Traffic wird die Website erhalten. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sind also auch Mittel, um das Online-Spendenvolumen zu erhöhen – vor allem, wenn die Website in der Berichterstattung verlinkt ist.

Spendenbeträge erhöhen

Wieviel jemand spendet, hängt einerseits von dessen finanziellen Ressourcen ab – aber auch von seiner Motivation. Letzteres kann direkt beeinflusst werden – durch Inspiration und Emotionalisierung. Diese

Maßnahmen können helfen, die Spendensummen zu erhöhen:

1. Betragsvorschläge im Online-Formular

Vorgegebene Betragsvorschläge helfen Spendenden bei der Orientierung und Auswahl eines Spendenbetrages. Hier kann man sich zunutze machen, dass die allermeisten Menschen stets die mittlere Option wählen.

2. Regelmäßige Spenden bevorzugen

Patenschaften und andere regelmäßige Spenden haben meist eine höhere Jahres-Spendensumme als Einzelspenden. Spezielle Mitgliedschafts- oder Patenprogramme können ebenso helfen, mehr regelmäßige Spendende zu gewinnen, wie eine Voreinstellung im Formular oder ein Pop-up, das Spendende direkt auf diese Möglichkeit hinweist.

3. Konkrete Verwendungsbeispiele

Beispiele verdeutlichen, wofür die Spende verwendet werden kann und wie hoch sie dafür sein muss. Menschen, die lesen, dass beispielsweise 50 Euro den Schulbesuch eines äthiopischen Kindes für ein Semester finanzieren, sind eher bereit, eine Spende in dieser Höhe zu tätigen.

4. Nachahmungseffekt

Menschen sind soziale Wesen und orientieren sich an anderen. Ein Hinweis, dass die meisten Menschen Betrag XY spenden oder eine Spendenaktion, bei der die ersten Spenden eine großzügige Höhe haben, können zum Nachmachen animieren.

5. Dankeschön-Geschenke

Incentives können ebenfalls die Spendenhöhe beeinflussen. Wer etwa ein T-Shirt der Organisation geschenkt bekommt, wenn er einen bestimmten Betrag spendet, ist eher dazu bereit. Auch Urkunden und Ähnliches sind gute Motivationen, um einen höheren Betrag zu spenden.

Conversion erhöhen

Wenn das Spendenformular zwar aufgerufen, aber keine Spende getätigt wird, kann das verschiedene Ursachen haben. Entweder

ist der Besuchende noch nicht ausreichend emotionalisiert, oder es gibt Hindernisse im Spendenprozess. Daher sollte auf folgende Aspekte geachtet werden:

- Bietet das Spendenformular alle gängigen Zahlungsarten an?
- Ist das Formular einfach und schnell auszufüllen oder gibt es zu viele Pflichtfelder?
- Ist das Formular auch auf Mobilgeräten gut nutzbar?
- Haben die Formularfelder klare und eindeutige Beschriftungen?

Außerdem spielt auch die Seite, auf der das Spendenformular eingebettet ist, eine große Rolle. So sollte sie möglichst wenige Ablenkungen bieten, die Nutzende wieder vom Spendenformular auf andere Seiten lenken. Text und Verlinkungen sollten rund um das Spendenformular also spärlich eingesetzt werden. Die Spendenseite sollte Vertrauen schaffen: So sollte sie auf jeden Fall im selben

Design wie die restliche Website gehalten sein. Ein Foto des Spendenbetreuungsteams oder verantwortlicher Mitarbeitender inklusive Kontaktdaten hilft ebenfalls, Vertrauenswürdigkeit zu signalisieren. Zudem können Spendengütesiegel und andere vertrauensfördernde Inhalte integriert werden. Wird all dies beachtet, kann der Erfolg des Online-Fundraisings gesteigert und das Beste aus dem Spendenformular herausgeholt 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

► www.fundraisingbox.com

Fundraiser müssen immer sparsam sein.

Vor allem mit ihrer Zeit. Die nehmen wir uns, damit Fragen zu unserer Fundraising-Software schnell beantwortet und Probleme flott gelöst werden. Durch einen Anruf zum Beispiel.

Für ein Telefonat mit unserem IT-Support brauchen Sie nämlich keine Anmeldung. Kein Ticket. Warteschleife und Chatbot? Fehlanzeige. Vielleicht sind die Menschen hinter hsp SPOTLIGHT das Beste an unserer Fundraising Software. Finden Sie es selbst heraus!

Das Leben kann einfach sein wie eine Telefonnummer. Zum Beispiel jener von unserem Geschäftsführer Georg Kolb:

Telefon: +49 (0) 89 45 22 342 0
georg.kolb@hsp-fundraising.de

Fördermittel: Für und Wider

Wie kleinere Organisationen erfolgreich und sinnvoll Fördermittel akquirieren

Ganze 54 Prozent der zivilgesellschaftlichen Organisationen (ZGO) halten aus Gründen der Unabhängigkeit und Autarkie an einer Finanzierung ihrer Aktivitäten aus Spenden, Mitgliedsbeiträgen und selbst erwirtschafteten Eigenmitteln fest. In den letzten Jahren konnte jedoch eine erhöhte Finanzierungserwartung an den Staat und an private Stiftungen beobachtet werden, sodass im Jahr 2022 schon 40 Prozent der ZGO nach eigenen Angaben vermehrt staatliche und öffentliche sowie private Gelder für eine externe Finanzierung ihrer Aktivitäten einwarben.

Von DR. DIRK TRÖNDLE

Verantwortlich für diese Entwicklung dürften unter anderen zwei Trends sein: Zum einen sind neben das klassische Ehrenamt in Sport und Kultur neue Engagementfelder getreten, wie etwa die (politische) Bildung, Teilhabe, Erziehung oder Klimaschutz. Zum anderen scheint die gestiegene Popularität der Sozialwirtschaft („Sinn- statt Gewinnmaximierung“) stärkere Nachfrageeffekte auf externe Finanzierungen zu generieren.

Der aktuelle Trendbericht von „Zivilgesellschaft in Zahlen“ (ZiviZ) weist für das Jahr 2022 insgesamt 656 888 ZGO und Non-Profit-Organisationen (NPO) aus, von denen trotz rücklaufender Neugründungen etwa 94 Prozent eingetragene Vereine sind. Jährlich stehen diesen Organisationen geschätzt rund 50 Milliarden Euro an Fördermitteln zur Verfügung. Zwar sind nicht wenige dieser Mittel in Form von Haushaltstiteln gebunden oder in Form fester regelfinanzierter Zuwendungen längerfristig belegt. Trotzdem bedeutet die breitgefächerte Landschaft von Förderkulissen der EU, des Bundes und der Länder sowie kommunaler Programme und die private Förderlandschaft in Höhe eines zweistelligen Milliardenbeitrages ein starkes Merkmal der Subsidiarität. Die Kooperation

staatlicher Strukturen und Zivilgesellschaft auf Augenhöhe ist ein sehr gutes Beispiel der Teilhabe der Bürgerinnen und Bürger in vielfältigen Bereichen.

Fördermittelschunel durchleuchten

Nicht nur für kleinere und junge Organisationen ergeben sich im Vorfeld der Beantragung von öffentlichen und privaten Fördermitteln zum Teil große Herausforderungen. Das unübersichtliche Dickicht der bestehenden Förderlandschaft muss auch von erfahrenen Organisationen immer wieder aufs Neue durchleuchtet werden. Daneben scheinen aber bürokratischer Aufwand



und verwaltungstechnische Bestimmungen und Auflagen eine große Zahl kleiner Organisationen weiterhin von der Fördermittelakquise abzuschrecken. Als Wegweiser durch den Förderdschunel eignen sich diverse frei verfügbare Fördermitteldatenbanken, kostenlose Fördermittelfinder, Fördermittelchecks oder Fördermittellisten. Viele Fördermittelgeber bieten Informationsveranstaltungen an und halten Kapazitäten der individuellen Fördermittelberatung vor, mit denen schon im Vorfeld im Rahmen von Einzelberatung oder Projektschmieden die Konzeptualisierung und die Antragstellung

eng begleitet werden. Der Erfolg eines Projektes wird oft schon in dieser ersten Phase gelegt und liegt neben dem Träger auch sehr im Interesse des Fördermittelgebers.

Perspektivwechsel zulassen

Viele junge und neue Organisationen haben nicht selten am Anfang von Fördermittelprozessen große Anpassungsschwierigkeiten bei der Übernahme von Denkweisen und Verwaltungsvorschriften. Deswegen lohnt sich in jedem Fall der Perspektivwechsel. Der Erfolg eines Projektes wird von Fördermittelgeber und Träger oftmals nach unterschiedlichen Kriterien bewertet. Neben der inhaltlichen Umsetzung attraktiver Maßnahmen und Ergebnisse, die für den Träger im Vordergrund stehen, besitzen Fördermittelgeber auch an der administrativen und finanztechnischen Abwicklung der Projekte ein großes Interesse.

In Fördermittelantragsverfahren und Projektanträgen stellt die Projekthistorie und die Darstellung vorhandener Verwaltungskapazitäten einen zentralen Punkt dar. Nicht wenige Fördermittelgeber bewilligen gerne Projekte, deren Träger schon aus früheren Projekten Verwaltungserfahrung nachweisen können oder aufgrund der Darstellung im Antrag ein Bewusstsein für das Thema Administration erkennen lassen, beispielsweise durch die Erläuterung eines Vier-Augen-Prinzips bei Finanzfragen oder einer Stellvertreterregelung. Schließlich handelt es sich meist um Steuermittel, deren Vergabe korrekt zu erfolgen hat und einer Prüfung durch den Rechnungshof standhalten muss.

Attraktivität schaffen und Wirkungen aufzeigen

Die Formulierung geeigneter Ziele und Indikatoren in Projektkonzepten erfolgt im

Allgemeinen durch die Anwendung der SMART-Formel; nicht wenige Fördermitteleusschreibungen weisen mittlerweile explizit auf diese Methode hin, wie im Übrigen auch auf Wirkungsanalysen und Wirkungstreppe. Die Erreichbarkeit von Zielen (achievable) kann im Deutschen auch mit Attraktivität beschrieben werden. In diesem Kontext scheint eine gute Fördermittelstrategie, dass neben den einzelnen Zielen auch das Projekt im Allgemeinen so umformuliert wird, dass es für Träger und Fördermittelgeber attraktiv erscheint. Trotz der Vielfalt an Fördermöglichkeiten bestehen leider meist keine größeren Übereinstimmungen zwischen ursprünglicher Projektidee und Förderkuliszen, weshalb ein Kompromiss gefunden werden muss und Ideen und Konzepte pragmatisch an die Richtlinien der Ausschreibung angepasst werden. Die Chancen auf Bewilligung steigen mit dem Maße der Übereinstimmung der anvisierten

Wirkungen der Interventionen des Projekts für Projektträger und Fördermittelgeber.

Transparenz in der Kooperation

Aus diesem Grund sind Projektträger gut beraten, jederzeit Transparenz zu wahren und bei Ereignissen, die den Erfolg des Projekts zentral beeinträchtigen könnten, zeitnah mit den Fördermittelgebern in den offenen Austausch zu treten. Es gehört zum Schicksal von Projekten, dass sie selbst bei bester Vorbereitung von externen Ereignissen oder internen Hemmnissen von der Realität eingeholt werden und angepasst werden müssen. Zumal zentrale inhaltliche Veränderungen oder starke Schwankungen in den Kostensätzen im laufenden Haushalts- und Kalenderjahr im Rahmen eines Änderungsantrags leicht einzureichen und umzusetzen sind. Von Seiten der Fördermittelgeber besteht zudem ein großer Vertrauensvorschuss, wenn bei

einem mehrjährigen Projekt zum Beispiel erstmals nach 12 bis 16 Monaten mit dem ersten Verwendungsnachweis Auskunft über die Verwendung der Mittel zu geben ist, die oft im ersten Schritt auch nur kurzfristig geprüft werden kann.

Förderquoten, Verteilungsschlüssel und Schwerpunktregionen

Bei der Suche nach geeigneten Fördermitteln betrachten die meisten Organisationen unter anderem Förderdauer und Fördersumme als die relevantesten Kriterien. Die Förderquote tritt bei der Bewertung meist weniger in den Vordergrund und ist auch nicht immer auf Anhieb zu finden. Jedoch hat ein Antrag bei einer Förderkulisze mit einer Förderquote von beispielsweise 50 Prozent gegenüber einer 10-prozentigen eine deutlich höhere Förderchance. Bei bundesweiten Ausschreibungen kommt der ... ►

asm

**MENSCHEN FÜR DIE GUTE
SACHE BEGEISTERN.**

FUNDRAISING IST UNSERE LEIDENSCHAFT

Jetzt
unverbindlich
Kontakt
aufnehmen!

Direct-Marketing-Kampagnen von A bis Z

Mid- und Major-Donor-Programm

Stiftungs- und Legatefundraising

Digital-Fundraising

Fundraising-Datenbank inkl. Analysen

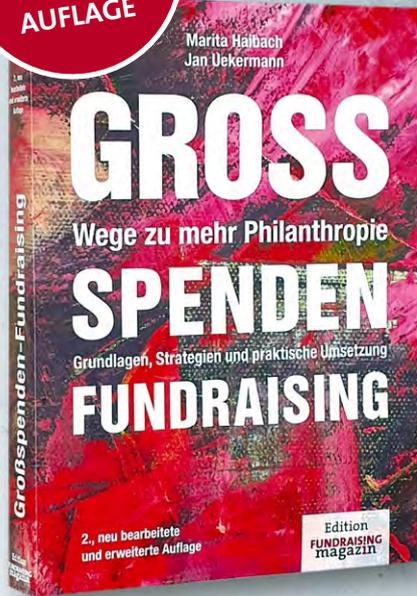
asm Agentur für Sozial-Marketing

Kirchenweg 5 | CH-8008 Zürich

Telefon +41 43 388 31 41 | info@asm-cc.ch | asm-cc.ch

„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

... sogenannte Königssteiner Schlüssel zur Anwendung, mit dem eine gerechtere Projektvergabe je Bundesland nach Steueraufkommen und Bevölkerungszahl erreicht werden soll. Je nach Art der Projektausschreibung können die Chancen im Vorfeld besser eingeschätzt werden, und es kann je nach Ausschreibung strategisch klug sein, einen Antrag durch einen Kooperationspartner oder eine Zweigstelle aus einem anderen Bundesland zu stellen.

Zielführend kann auch sein, unterjährig bei einem Fördermittelgeber ohne Fördermittelausschreibung einen Antrag zu stellen anstatt bei einer öffentlichen Ausschreibung mit einer großen Reichweite. Eine Bewilligung kommt dann gegebenenfalls nicht zustande, allein weil mehrere hundert Anträge eingehen und aus oben genannten Gründen entschieden wird. Auf der anderen Seite ist der Verwaltungsaufwand für kleinere und mittlere Projekte bis zu einer Fördersumme von beispielsweise 10 000 Euro im Vergleich zu einem größeren, auch mehrjährigen Projekt im Verhältnis oft nicht bedeutend kleiner.

Fördermittelstrategie

Aus diesen Gründen sollten sich junge und kleine Organisationen über eine Fördermittelstrategie für die nächsten Jahre Gedanken machen und diese auch verschriftlichen. Diese Strategie sollte neben einer möglichst großen Diversität der Finanzierungssäulen auch einen gangbaren Fördermittelpfad beschreiben. Sollte eine Organisation bisher keine Fördermittel eingeworben haben, scheint ein Erfolg bei einer großen EU-Ausschreibung mit hohen Fördersummen weniger wahrscheinlich. Eine solche Organisation sollte sich step by step über kleinere und mittlere Fördersummen an größere Ausschreibungen heranwagen. Neben Fördermitteln für Projekte sollten auch der Ausbau und die Verstetigung von Mitgliedsbeiträgen, Spenden oder Einnahmen durch sozialunternehmerische Tätigkeiten in einem Finanz-Mix entwickelt werden. Damit kann die finanzielle Resilienz gegenüber externen Schocks verbessert werden. Die

alleinige Konzentration auf Fördermittelakquise führt nach anfänglichen Erfolgen oft in den Modus des Hamsterrads. Erstrebenswert scheint auch eine Diversifizierung von Fördermittelgebern nach Gesichtspunkten der Komplementarität und Dissemination möglichst vieler Projektergebnisse in Folgeprojekte mit dem Ziel der Verstetigung durch Regelfinanzierungen. Eine gute Fördermittelstrategie sollte priorisieren und festlegen, in welchen Bereichen der Verein besonders aktiv wird und in welchen Feldern er sich zurücknimmt. Viele junge Vereine scheitern oft, weil sie sich zu viele Ziele gleichzeitig setzen.

Haupt- und Ehrenamt

Wenn ZGOs nach dem Motto „Ehrenamt braucht Hauptamt“ erstmals hauptamtliche Mitarbeitende beschäftigen, ist Vorsicht geboten und einiges zu beachten. Dem ersten Impuls, in anderen Bereichen aktiv werden zu wollen oder ehrenamtliche Tätigkeiten dem Hauptamt zu übertragen, sollte man nicht folgen. Dieser Übergang bedeutet oft einen Quantensprung mit unzähligen Konsequenzen, die, wenn sie nicht im Vorfeld bedacht wurden, zu erheblichen Verwerfungen innerhalb der Organisation führen können.

Der Verein und der ehrenamtliche Vorstand werden damit zum Arbeitgeber mit allen rechtlichen Konsequenzen. Neben belastbaren und tiefgehenden Kenntnissen über den anzuwendenden Tarifvertrag (TV-L oder TVöD) müssen Fragen der Eingruppierung oder die Bedeutung des Besserstellungsverbots erkannt werden. Erfahrungen bei der Personalverwaltung, der Fürsorgepflicht und der Personalverantwortung sind ebenso unabdingbar wie der Bedarf, die Zusammenarbeit zwischen ehrenamtlichem Vorstand und hauptamtlichen Mitarbeitern mit klar definierten Regeln vorab zu klären. Insbesondere die Möglichkeiten der Kommunikation per Chats sollte gut geregelt werden. Wenn Hauptamtliche regelmäßig neben ihrer Arbeitszeit in den Abend- und Nachtstunden oder am Wochenende mit dem ehrenamtlichen Vorstand chatten, kann die Kooperation von Haupt- und Ehrenamt zu einem zentralen Hindernis werden.

Strukturelle Diskriminierung

Ausschreibungsrichtlinien, insbesondere bei öffentlichen Verfahren, sind oft mit Verwaltungsbegrifflichkeiten durchzogen, die ein Verstehen für die meisten ungeübten Leserinnen und Leser schwer macht. Viele Organisationen wünschen sich niedrigschwellige Zugänge und eine leichtere, einfachere Sprache der Ausschreibungen und der Antragsdokumente. Nicht wenige Fördermittelgeber befassen sich mit dem Abbau von Zugangsbarrieren und der weiteren Beförderung und Befähigung von jungen und neuen Organisationen. Auch in ihrem Interesse liegt, dass immer wieder neue Organisationen mit innovativen Ideen erstmalig von Fördermitteln profitieren und die Förderkulissen nicht ausschließlich von einigen etablierten und großen Trägern dominiert werden. Probate Mittel scheinen dabei der Ausbau von institutionellen

Förderungen zum Aufbau von nachhaltigen hauptamtlichen Vereinsstrukturen. Neue Öffnungsformate wie die Veröffentlichung von Ausschreibungstexten in Anerkennung der Mehrsprachigkeit in anderen Sprachen und die Möglichkeit der Antragsstellung in Fremdsprachen wären ebenso denkbar und hilfreich wie eine weitere interkulturelle Öffnung von Bewilligungsbehörden. Ehrenamtliche betreiben oft im Vorfeld von Fördermittelanträgen einen großen organisatorischen und zeitlichen Aufwand, der bei einer ausbleibenden Bewilligung dann auch nicht von Erfolg gekrönt ist. Um den Einstieg zu erleichtern, sollten Fördermittelgeber weitere Instrumente der individuellen Fördermittelberatung entwickeln. So könnten für Beratung und das Antragsverfahren im Vorfeld Finanzmittel bereitgestellt werden, mit denen sich junge Organisationen Dienstleistungen bei externen Fördermittelberatern und Projektentwicklern einkau-

fen können. Damit könnten kleinere neue Organisationen leichter in die Lage versetzt werden, mit etablierten Organisationen, die hauptamtliches Personal beschäftigen, mitzuhalten. ▣



Dr. Dirk Tröndle ist nach mehreren Stationen als Geschäftsführer gemeinnütziger Dachverbände migrantischer Organisationen als freiberuflicher Berater zu Fragen der Förder-

mittelakquise und als Mediator tätig. Neben Seminaren, die er zu den Themen Fördermittel, Projektmanagement und Mediation durchführt, sitzt er als Gutachter am anderen Ende des Fördermitteltisches, berät Institutionen beim Orga-Aufbau oder der Strategieentwicklung und schreibt regelmäßig Projektanträge.

► www.xing.com/profile/Dirk_Troendle

► www.linkedin.com/in/dr-dirk-tröndle-a42498aa

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



Künstliche Intelligenz für alle Non-Profits

Erkenntnisse vom ersten Microsoft Global Nonprofit Leaders Summit in Seattle

Künstliche Intelligenz erobert die Welt, auch die der Non-Profit-Organisationen. Sie wird die Arbeitsweise von NPOs auf der Fundraising- wie auf der Projektseite grundlegend verändern. Beim Tempo der Entwicklung darf auch der Dritte Sektor nicht lange passiver Beobachter bleiben.

Von MICHAEL URSELMANN

Microsoft setzte sich mit der Ausrichtung des ersten Global Nonprofit Leaders Summit Anfang Februar an die Spitze der Bewegung. Ziel ist, Künstliche Intelligenz (KI) allen NPOs zu ermöglichen – großen und kleinen, in den USA und weltweit. Umgekehrt fordert Microsoft die NPOs aber auch auf, sich jetzt schnell einzubringen und mitzugestalten.

Ein Assistent namens MS 365 Copilot

Im Mittelpunkt stand der soeben marktreif gewordene Microsoft Copilot. Basierend auf GPT-4 und Dall-E 3 von OpenAI, ermöglicht dieses KI-Assistenzsystem den (aus ChatGPT bekannten) Einsatz von Generativen Pre-trained Transformern (GPT) über alle Apps von Microsoft 365 hinweg: Word, Excel, Powerpoint, Outlook, Teams, Bing etc. In jeder dieser vertrauten Apps kann MS Copilot jetzt über einen eigenen Button zugeschaltet und über Prompts (Fragen und Anweisungen des Nutzers) gesteuert werden. Was das für

Wie geht das genau mit dem Copiloten?

Wie der KI-Assistent in den häufig genutzten MS-Anwendungen sinnvoll eingesetzt werden kann, erklären wir genau in unserem Online-Magazin unter ► <https://web.fundraiser-magazin.de/ki-fuer-nonprofits>



den Arbeitsalltag in NPOs bedeutet, wurde den Teilnehmern in einer faszinierenden Live-Demo gezeigt.

Dem Copiloten nicht blind vertrauen

MS Copilot steht also als unermüdlicher Assistent 24/7 zur Verfügung. Wie auch beim Menschen sind die Arbeitsergebnisse des Assistenten dabei umso besser, je klarer vorher die Arbeitsaufträge erteilt wurden. Wir Anwender müssen also lernen, unsere Wünsche in präzise Prompts zu fassen – gutes Prompt-Design ist gefragt! Das will gelernt sein, ist aber wesentlich einfacher, als früher ohne KI den Rechner über Programmiersprache zu steuern. Freilich sollte niemand dem Copiloten blind vertrauen – weder jetzt noch künftig! Um Fehler (Bias) zu vermeiden, sollte der Mensch immer das letzte Wort haben! Trotzdem ist es schon sehr praktisch, von der KI verschiedene Entwürfe vorgeschlagen zu bekommen.

Deutlich reduzierte Preise für Non-Profits

Mit dem Copiloten ist es Microsoft gelungen, KI in Form von GPTs anwenderfreundlich in seine Software zu integrieren. Jetzt

dürfte sich für Microsoft auszahlen, dass weltweit die meisten Menschen mit seinen Office-Produkten großgeworden und vertraut sind. Natürlich will Microsoft jetzt mit dem Copiloten Geld verdienen – schließlich wurden insgesamt ca. 13 Mrd. US-Dollar in die Kooperation mit OpenAI investiert. Für Non-Profits wird der KI-Assistent jedoch zu deutlich reduzierten Preisen über Vermittler wie Tech Soup (in Deutschland: Haus des Stiftens) angeboten. Die neue KI-Technologie soll weltweit nicht nur großen, sondern auch kleinen NPOs erschwinglich zur Verfügung stehen.

Ethisch-moralische Fragen

Mehr noch als große Gewinne erhofft sich Microsoft von der engen Zusammenarbeit mit dem Non-Profit-Sektor jedoch etwas anderes – und artikuliert dies auf dem Summit auch sehr deutlich. Der Non-Profit-Sektor wird aufgrund seiner Gemeinwohlorientierung gerne auch als moralisch überlegener Sektor angesehen. Im Zusammenhang mit dem Einsatz von KI tauchen für Microsoft als einem Unternehmen im kommerziellen Sektor eine Vielzahl ethisch-moralischer Fragen auf, die noch überzeugend beantwortet werden müssen. Microsoft ist nicht nur Treiber der revolutionären Technologie,

Auf dem Laufenden bleiben

Zwischen den jährlichen Summits kann sich jeder Interessierte übrigens in der extra von Microsoft dafür ins Leben gerufenen Non-Profit-Community ebenso kostenlos schlaumachen wie über das Microsoft-Programm „AI for Good“. Außerdem interessant: das AI-Trainings-Institut unter ► www.aitraining.institute

sondern auch Getriebener in vielen ethischen Fragen. Nicht umsonst dachten im März letzten Jahres prominente Vertreter der Tech-Branche, darunter auch Elon Musk, in einem offenen Brief sogar über ein sechsmonatiges Moratorium in Sachen KI-Entwicklung nach. Die rasante Entwicklung in der KI droht buchstäblich allen Beteiligten über den Kopf zu wachsen.

„Bringt Euch ein, artikuliert Eure ethischen Forderungen!“

Frei nach Mahatma Gandhi „Sei Du selbst die Veränderung, die Du Dir wünschst für diese Welt!“ ruft Microsoft die Teilnehmer des Global Nonprofit Leaders Summit auf: „Bringt Euch ein in die Entwicklung und in das Training der KI! Artikuliert Eure ethischen Forderungen! Entwickelt die ethischen Standards für KI mit, die Ihr Euch für diese Welt wünscht!“ Schließlich wollen

auch Non-Profits durch den Einsatz von KI nicht das Wichtigste gefährden, was sie haben: das Vertrauen der Gesellschaft!

Am Anfang der Entwicklung

Fazit: Mit dem Summit ist ein erster wichtiger Schritt gegangen, um zu erlernen, wie KI in Non-Profits nutzenbringend eingesetzt werden kann. Weitere Schritte müssen folgen. Alle Beteiligten stehen noch ganz am Anfang einer stürmischen Entwicklung, deren Auswirkungen auf die nächsten Jahre bisher nur schemenhaft zu erkennen sind. Microsoft denkt darüber nach, den Summit zu institutionalisieren und künftig einmal pro Jahr stattfinden zu lassen. Will man dem Anspruch gerecht werden, den Einsatz von KI in NPOs weltweit zu ermöglichen, müsste allerdings die Möglichkeit, online teilzunehmen, im Vorfeld noch deutlich besser in die gesamte NPO-Welt hinein kommuniziert

werden. Microsoft schätzt, dass es weltweit 10 Millionen Non-Profit-Organisationen gibt, für die 250 Millionen Menschen an einer besseren Welt arbeiten. Große Zahlen also – aber mit Hilfe von KI langfristig wohl kein Problem!?



Prof. Dr. Michael Urselmann ist seit 2005 Professor für Sozialmanagement an der Technischen Hochschule Köln. 2004 war er Professor für Sozialmanagement mit dem Schwerpunkt Fundraising an der Hochschule Darmstadt. Seit 2009 ist er gewähltes Mitglied im Deutschen Komitee für UNICEF, seit 2016 Beirat der Rheinischen Stiftung für Bildung und seit 2017 ehrenamtlicher Botschafter der Sachspenden-Plattform „Innatura“.

► www.linkedin.com/in/michaelurselmann



Besserwisser

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

www.gfs.de



fundraising data-driven

Von einer Headline zur Kampagne

Die Schweizer NGO Fragile Suisse hat ihren Namen wörtlich genommen

Mit der Headline „Zerbrechlicher, als man denkt“ präsentierte die Kreativagentur von Fragile Suisse das Konzept für deren ersten Streuwurf. Wie man es von fragiler Ware kennt, sind nicht nur elektronische Geräte und Glas zerbrechlich, sondern auch unser Gehirn. Und genau das sollte mit dieser Headline zum Ausdruck gebracht werden.

Von JANA BAUER

Sowohl Fragile Suisse – die Patientenorganisation für Menschen mit einer Hirnverletzung und Angehörige – als auch das Thema Hirnverletzung allgemein sind in der Öffentlichkeit zu wenig bekannt. Und das, obwohl schweizweit über 130 000 Personen betroffen sind und jedes Jahr mehr als 26 000 Fälle hinzukommen. Um die Bevölkerung insbesondere für die Anzeichen sowie mögliche Folgen von Schlaganfällen zu sensibilisieren, wurde der Streuwurf anlässlich des Welt Schlaganfalltages versendet. Dies unter der Annahme, dass während dieser Zeit auch in den Medien aktiv über das Thema Schlaganfall berichtet wird, was unseren Versand positiv verstärken würde. Neben einem Test, welcher auf die Spendenbereitschaft fokussierte, stand das Ziel, in möglichst vielen Briefkästen zu landen und somit an Bekanntheit zu gewinnen, im Vordergrund.

Vergleich Streuwurf vs. Kaltmailing

Mit der „Agentur am Flughafen“, die das Konzept für uns ausgearbeitet hat, hatten wir einen starken Partner an unserer Seite. Um möglichst viele Learnings aus diesem Versand zu generieren, wurden verschiedene Testanlagen angelegt. Mittels Spenderstammanalyse konnten wir zusätzlich zum unadressierten Versand auch eine kleine Testmenge adressiert versenden. So hatten wir den direkten Vergleich Streuwurf vs. Kaltmailing. Neben diversen flankierenden



Maßnahmen – vorwiegend über unsere eigenen Kanäle wie Website und Social Media – konnten wir das Mailing auch durch gezielte Außenwerbung in ausgwählten Postfilialen und Postautos verstärken.

Facebook-Werbung und Google Ads

Wie eingangs bereits erwähnt, wurden das Mailing sowie die dazugehörige Landingpage von einer beauftragten Agentur konzipiert. Überdies kümmerten sie sich auch um die Produktion und den Versand.

Unsere Aufgabe bestand vor allem darin, die unterschiedlichen Partner miteinander zu vernetzen und ihnen die benötigten Daten und Informationen zu liefern. Also kurz gesagt: die Fäden in der Hand zu halten. Dies gestaltete sich manchmal herausfordernd, da die unterschiedlichsten internen und externen Stellen involviert waren. Vom Public Fundraising über die digitale Kommunikation und Außenwerbung auf Screens bis hin zur klassischen Medienarbeit gab es diverse kleinere und größere Aufgaben zu erledigen. Neben bezahlter Facebook-Werbung

wurden auch spezifische Google Ads geschaltet und das Sujet in unterschiedlichen Formaten als Füllerinserat produziert. Dadurch konnte die Reichweite zusätzlich erhöht werden.

Positives Feedback

Was die Wahrnehmung in der Öffentlichkeit betrifft, dürfen wir anhand der erhaltenen Feedbacks eine sehr positive Bilanz ziehen. Das Mailing hat den gewünschten Effekt erzielt: Unter allen anderen Streuwürfen ist es den Empfängern aufgrund des auffälligen Fragile-Aufklebers ins Auge gestochen. Eine Adressatin schrieb uns: „Ich erhielt in den letzten Tagen Ihren Werbe-/Spendenauf-ruf-Brief. Dazu möchte ich mein Kompliment aussprechen. Bereits das Couvert ist so raffiniert, dass ich es erst beim Öffnen realisierte, in was für einem Zusammenhang ‚zerbrechlich‘ steht. Im Brief selber ist

die ‚Adresse‘ sowie der gesamte Text sehr gut geschrieben. Gratulation!“

Verschwommener Text

Da viele Folgen von Hirnverletzungen unsichtbar sind, können sich Nicht-Betroffene oft nur wenig darunter vorstellen, und es fehlt oft an Verständnis. Um den Leserinnen und Lesern eine Vorstellung davon zu geben, wie sich eine Hirnverletzung auf das Leben von Betroffenen auswirken kann, wurde ein Teil des Textes verschwommen dargestellt und eine Sehstörung simuliert. So wurde das Thema Hirnverletzung nicht nur greifbarer, sondern auch erlebbar.

Nun fragen Sie sich vielleicht, ob es bei Fragile Suisse wieder einen Streuwurf geben wird. Die Antwort ist Ja. Aber wann, ist noch offen. Wir sind überzeugt, dass wir mit diesem Versand einen sehr wertvollen Beitrag zur Information und Sensibilisierung der

Öffentlichkeit leisten konnten. Vor einem nächsten Streuwurf möchten wir aber noch intensiver an unserer Markenbekanntheit arbeiten. Dies mit dem Ziel, bei unserem nächsten Versand bereits in den Köpfen der Empfänger verankert zu sein und als die Anlaufstelle für das Leben mit Hirnverletzung wahrgenommen zu werden. 



Jana Bauer ist seit 2018 im Non-Profit-Sektor in der Kommunikation tätig. Sie arbeitet seit über drei Jahren bei Fragile Suisse, aktuell als Leiterin der Abteilung Kommunikation, Marketing und Fundraising. Gemeinsam mit ihrem Team und der Agentur setzte sie die Kampagne „Zerbrechlicher, als man denkt“ im Herbst 2023 um. Ihr Anliegen ist es, die Öffentlichkeit für das Thema Hirnverletzung und ihre Folgen zu sensibilisieren.

► www.fragile.ch

Heb ab mit Kaleido:START

Die Fundraisinglösung für wachsende NPOs



Jetzt Demo-Termin vereinbaren und losfliegen:

kaleido-npo.ch/abheben



ant



Ohne klaren Zweck kaum Großspenden

Wie Organisationen den Case for Support finden und formulieren

Großspenden-Fundraising funktioniert nur mit einem überzeugenden Case for Support – einem Projekt oder Programm, das klare Ziele hat. Viele Organisationen, die ins Großspenden-Fundraising einsteigen möchten, beklagen jedoch: „Wir haben gar keine Projekte!“ Wie aus der Suche nach Projekten eine Win-win-Situation für die Organisation, die Geldgeber und die Destinatäre wird.

Von ANITA BAUMGARTNER

Tatsache ist: Förderstiftungen und Privatpersonen geben höchstens in Ausnahmefällen oder nach jahrelanger Partnerschaft große Beiträge ohne konkrete Zweckbindung. Gefragt sind Projekte oder Programme mit Zielen, Maßnahmen und Budget. Bei Stiftungen sowieso, aber auch private Großspenderinnen und Großspender wollen wissen, wofür sie spenden sollen und was ihre Zuwendung bewirkt.

Gerade bei kleineren und mittleren Organisationen fehlen solche strukturierten Projekte häufig. Somit versuchen sie, Betriebsbeiträge für die ganze Organisation zu erhalten, beißen aber auf Granit. Kein Geldgeber will Löcher stopfen oder einfach so „eine Organisation unterstützen“. Geld-

geber wollen etwas bewirken für eine konkrete Zielgruppe, und man muss ihnen sagen können, was. Die Organisation selbst ist nur Mittel zum Zweck.

Nicht nur Defizite decken

Ein Beispiel: Eine kleine Schweizer Organisation im medizinischen Bereich bietet mit einem kleinen Team verschiedene Hilfsangebote für ihre Zielgruppen an: Personen, die an einer unheilbaren Krankheit leiden, und deren Angehörige. Freie Spenden aus Mailings finanzieren einen Großteil der Aktivitäten, aber je mehr Personen ins Programm aufgenommen wurden, desto kritischer wurde die Finanzierung. Das jährliche Defizit stieg. Der Fokus des Fundraisings verschob sich zunehmend dahin, das Defizit zu decken. Die Weiterentwicklung des Angebots musste warten. In dieser Situation wollte die Organisation ins Großspenden-Fundraising einsteigen.

Klare Ziele formulieren

Mit externer Unterstützung gelang es, aus einem laufenden Beratungsangebot ein Projekt zu definieren. Dafür konnten dann größere Zuwendungen realisiert werden.

Für die Projektdefinition hilfreich waren folgende Fragen: Was ist das Oberziel des Angebots und was sind Unterziele? Wie sollen diese erreicht werden, was tun wir dafür? Wer sind die Zielgruppen und wie werden sie ausgewählt? Was sind die erwarteten Resultate, kurz- und langfristig? Was kostet das und wie soll es finanziert werden? Oft geht es also darum in Worte zu fassen, was man bereits tut, und Ziele so zu formulieren, dass sie überzeugend, messbar und erreichbar sind.

Eigentlich banal, und doch tun sich viele Organisationen damit schwer – oder sind zu vorsichtig und defensiv. „Das machen wir ja sowieso, das ist nicht neu.“ Oder: „Wir haben keinen genauen Plan, was in drei Jahren erreicht sein soll.“ Oder auch: „Wir haben keine Ressourcen für einen Ausbau oder eine Weiterentwicklung.“

Ein Blick von außen kann helfen

In der Beratung zeigt sich immer wieder, dass der Blick von außen helfen kann, taugliche Bereiche für das Großspenden-Fundraising zu identifizieren und diese zu strukturieren. Weil aber „weiter wie bisher“ für Geldgeber nicht attraktiv ist, sollten sich die Organisationen dabei auch herausfordern (lassen):

Was würden sie denn gerne machen, wenn sie das Geld hätten? Wo besteht noch Bedarf vonseiten der Destinatäre? Wie könnte das Angebot verbessert, weiterentwickelt oder ausgeweitet werden? Was würde das kosten? Was ließe sich damit erreichen?

Positiver Nebeneffekt: Oft führen solche Überlegungen und Diskussionen zu einer Redynamisierung innerhalb der Organisation. Plötzlich werden Wünsche formuliert und Ideen in Ziele konkretisiert. Und es lassen sich Träume träumen, die man vorher gar nicht erst zu haben traute, weil das Geld eh fehlte.

Eine andere Organisation aus dem Kulturbereich entwickelte in einer solchen Diskussion um fundraisingtaugliche Projekte die Vision, mehr in den Nachwuchsbereich zu investieren. Sie schärfte die Ziele und entwickelte neue Maßnahmen. Es kostete sie einiges an Mut, sich auch ehrgeizigere quantitative Ziele zu setzen. Unterdessen ist daraus

ein Mehrjahresprojekt geworden, das nicht nur ein klares Spendenangebot zuhanden von Stiftungen und Privatpersonen liefert, sondern intern Energien und Ambitionen auslöst. Der Fokus löste sich vom jährlichen Defizit hin zu Chancen und Möglichkeiten. So wurde aus der Suche nach einem starken Projekt, das es fürs Großspenden-Fundraising nun mal braucht, ein Brutkasten für neue Vorhaben. Das beflügelte auch das Team und die Organisation als Ganzes.

Mut wird belohnt

Das Budget dafür musste trotz strukturellem Defizit leicht erhöht werden, was noch einmal Mut bedingte. Doch dank der klaren Ziele und Maßnahmen war es für das Fundraising viel leichter, das Geld dafür zu beschaffen. Denn eines der wichtigsten Fundraising-Gesetze gilt unverändert: Wenn wir sagen können, was der Geldgeber mit seinem Bei-

trag bewirken kann, kommt das Geld fast von selbst. Und so führt die Suche nach einem fundraisingtauglichen Projekt im Idealfall dazu, nicht nur das Geld für laufende Maßnahmen zu generieren, sondern dass ein echter Mehrwert entsteht – für die Programmseite, das Fundraising, die Geldgeber – und vor allem für die Destinatäre. ■



Anita Baumgartner ist Leiterin Stiftungs- und Großspenden-Fundraising und Mitglied der Geschäftsleitung bei der asm Agentur für Sozial-Marketing, einer Full-Service-Fundraising-Agentur mit Sitz in Zürich. Nach über zwanzig Jahren Erfahrung im Großspenden-Fundraising bei Organisationen wie MSF und Helvetas unterstützt sie nun bei asm kleine bis große NPOs beim Auf- und Ausbau von Mid- und Major Donor-Programmen, Stiftungsfundraising und Legate-Marketing.
► www.asm-cc.ch

dialog4good

**Kompetent,
menschlich,
digital.**

**Telefon-Fundraising
schafft Bindung.**

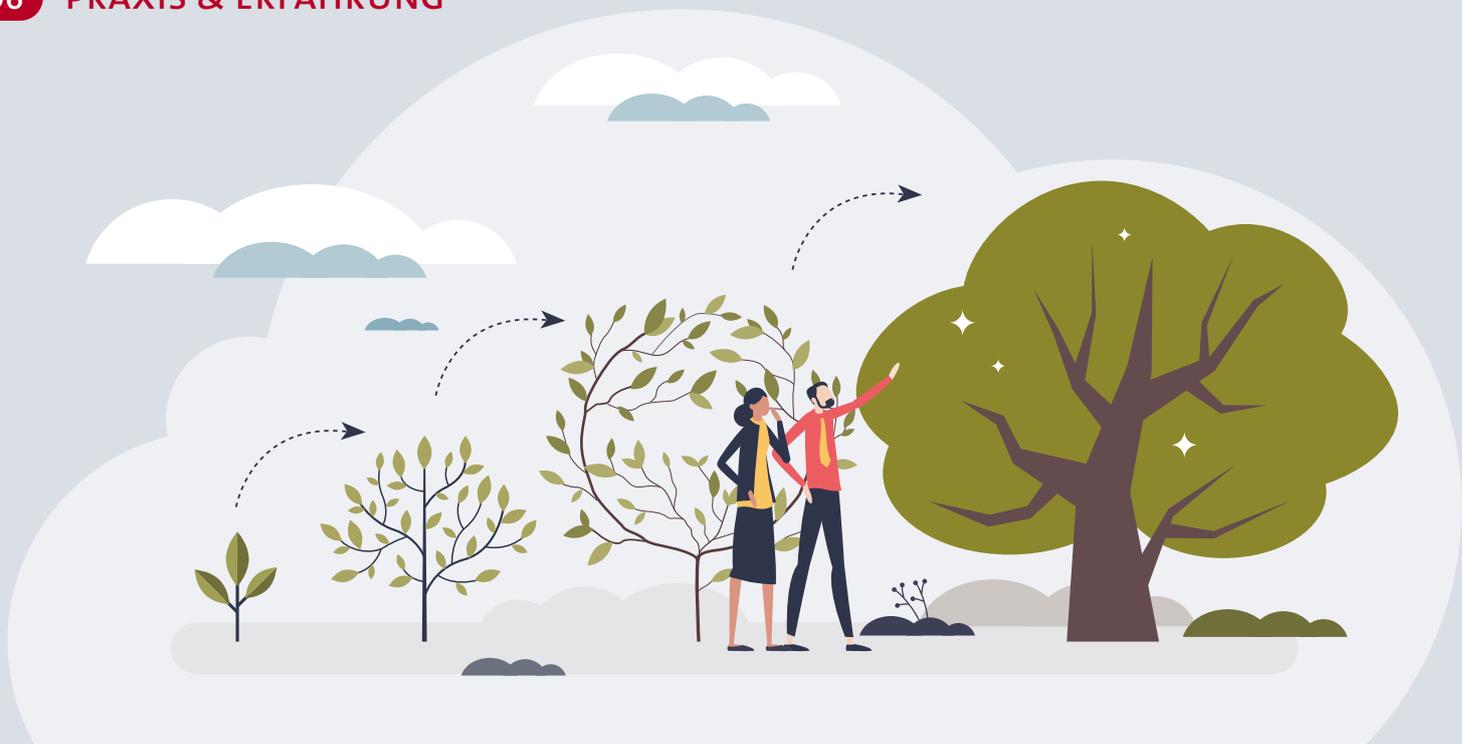
IHR KONTAKT:

Sebastian Maetzel · Manuela Ewert

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



Illustrationen: Shutterstock



Aktive Beziehungsarbeit zahlt sich aus

Großspenden-Fundraising am Beispiel verschiedener Organisationen

Häufig sind es weder spektakuläre Aktionen noch großangelegte Kampagnen, die das Großspenden-Fundraising in der Praxis erfolgreich machen, sondern systematisches Vorgehen basierend auf einzelnen Schritten und Aktivitäten. Großspenden-Fundraising ist oft die Kunst der kleinen Schritte. Jede Organisation muss hier ihren ganz eigenen Weg finden. Anhand der folgenden unterschiedlichen Praxisbeispiele wird deutlich, welche Vielzahl von Schritten und Aktionen das Großspenden-Fundraising erfolgreich machen können und nach vorne bringen.

Von DR. MARITA HAIBACH
und JAN UEKERMANN

Brandschutz für den Erlenbusch
Susanne Okroy, Martha-Stiftung

Der Erlenbusch in Trägerschaft der gemeinnützig-mildtätigen Martha-Stiftung in Hamburg-Volksdorf gibt schwerbehinderten Kindern und Jugendlichen ein Zuhause. Spenden helfen uns dabei, die Qualität unserer Angebote zu sichern und Projekte zu finanzieren, die sonst nicht realisierbar wären. Wir waren in einer misslichen Lage, da wir 100 000 Euro brauchten, um die neuen AufLAGen für den Brandschutz zu bezahlen. Ich rief Menschen an, die wir bereits kannten und von denen ich hoffte, dass sie mit großen Spenden helfen könnten. Auf eine Woche intensiver Telefonate folgte eine Woche mit persönlichen Gesprächen. Das Ergebnis dieser aktiven Herangehensweise an das Großspenden-Fundraising: Durch sehr gute Treffen konnte ich in relativ kurzer Zeit einige Menschen neu für den Erlenbusch begeistern und so über 300 000 Euro an Spenden akquirieren.

Vertrauensvolle Beziehungen aufbauen
*Constantin Popovic,
World Vision, Friedrichsdorf*

Nach sieben Jahren in einer leitenden Funktion bei einer der führenden F2F-Agenturen Deutschlands und einem kleinen Abstecker als Projektleiter bei einer Telefonfundraising-Agentur habe ich im April 2023 bei World Vision im Großspenden-Fundraising eine neue Herausforderung gefunden. Gleich zu Beginn erhielt ich die Möglichkeit, mich zum Großspenden-Fundraiser ausbilden zu lassen. Für mich war das die ideale Begleitung zum neuen Berufseinstieg, da ich fundiertes Wissen praktisch vermittelt bekommen habe und dieses im Anschluss direkt anwenden konnte. So erhielten wir die Anfrage einer Familie, World Vision mit einer Projektspende zu unterstützen. Ich besuchte die Familie und wir fanden uns schnell auf einer sehr freundschaftlichen und vertrauten Ebene, abends aßen wir gemeinsam mit dem Sohn. Sowohl die Familie

als auch ich haben Privates geteilt, um Vertrauen und Verständnis füreinander zu gewinnen. Nach einigen weiteren Kontakten war klar, dass die Familie World Vision mit insgesamt 80 000 Euro unterstützen wird.

Freude, persönliche Begegnungen und System

Selina Willemse, Greenpeace Schweiz

In meiner täglichen Arbeit als Verantwortliche Philanthropie & Stiftungen bei Greenpeace Schweiz lasse ich mich von den ersten drei Buchstaben des Wortes „FUNdraising“ inspirieren. Der eher beschwerliche Weg zu einer friedlichen, grünen und gerechten Welt soll auch Spaß bereiten und Erfolgserlebnisse vermitteln. Auf dieser langen Reise möchten wir gemeinsam mit unseren Spenderinnen und Spendern unterwegs sein. Persönliche Begegnungen sind deshalb so wichtig und bereichernd, weil unsere

Unterstützer außergewöhnliche Menschen sind und genauso wie wir einen langen Atem haben. Die Zukunft unseres Planeten liegt uns am Herzen. Wir planen unsere Aktivitäten systematisch innerhalb des Major-Donor-Zyklus und setzen das individuelle Moves Management um. Das schafft Bindung und führt sogar zu größeren Spenden, ohne direkt darum bitten zu müssen.

Aktiv auf Menschen zugehen

Louise Schellenberg, International Justice Mission Deutschland (IJM)

Zu Anfang hat sich vieles in der Praxis des Großspenden-Fundraisings für mich persönlich nicht gut angefühlt. Doch nachdem ich begonnen habe, mit uns bekannten Menschen, die mehr finanzielles Potenzial haben, ganz aktiv über größere Summen zu reden, sind auch große Spenden daraus entstanden. Jetzt hat das sogar zu einer Millionen-Spende

geführt! Großspenden-Fundraising ist seit vier Jahren ein strategischer Schwerpunkt bei IJM, da gehört der sukzessive Aufbau von personellen Ressourcen dazu. Bei der Auswahl der passenden Person schauen wir in erster Linie auf den Charakter und wie die Person zum Team und der Organisation passt.

Mit dem Augenhöhenprinzip zu Millionenspenden:

Leitungsaufgabe Fundraising
Dr. Frank Frieß, Technische Universität München

Mit unserem Fundraising können wir einen sinnvollen Beitrag zur Hochschulentwicklung leisten. Von großer Bedeutung ist es hierbei, dass unsere Hochschulleitung hinter dem Gedanken des Fundraisings steht und sich unser Präsident auch aktiv einbringt. Er ist „oberster Fundraiser“ und widmet ... ►

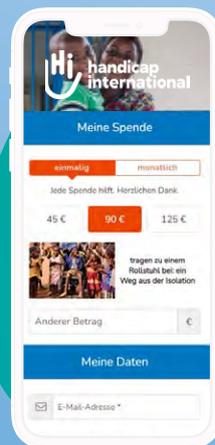
iRaiser

Empowering World-Changers



COMMUNITY FUNDRAISING

Geben Sie Ihrer Community neue Möglichkeiten, selbst aktiv zu werden



SPENDENFORMULARE

Optimieren Sie Ihr digitales Fundraising mit flexiblen Spendenformularen

SIE VERTRAUEN UNS



SCAN MICH !



... einen signifikanten Teil seiner Arbeitszeit den Gesprächen mit Menschen, die für die Universität etwas spenden oder sich engagieren wollen. Es ist wichtig, dass die Spitze einer Organisation das Fundraising mit Priorität verfolgt. Nur so lassen sich Spenden im Millionenbereich akquirieren.

Mit Großspender-Mailings den Weg ebnen

Birgit Winterhalter, Caritas international

Regelmäßige Großspender-Mailings tragen dazu bei, die bisherigen Major Donors und Middle Donors näher an unsere Arbeit heranzuführen und den Weg zu weiteren gezielten Aktivitäten bis hin zu persönlichen Gesprächen zu ebnen. Ein Trend zum Wachstum in allen unseren Großspendersegmenten ist deutlich erkennbar. Mit einem individuellen Anschreiben wird dem Major Donor ein spezifisches Projekt vorgestellt und um seine/ihre persönliche Unterstützung gebeten. Ein individuell formulierter Dank für die bereits in der Vergangenheit erfolgten Spenden bietet die Möglichkeit, zu signalisieren, dass sein/ihr Engagement gesehen und geschätzt wird. Eine persönliche Unterschrift oder ein handgeschriebenes P.S. macht deutlich, dass es ein individuelles Schreiben ist. Das Projekt, um das für Spenden gebeten wird, ist ausführlich beschrieben, enthält Indikatoren und ein Budget, inklusive der Verwaltungskosten.

„Genetischen Superhelden“ auf der Spur – Neugier, Hoffnung & Kooperation der besten Köpfe als treibende Kräfte
Sylvia Weinzettl, IMBA Wien

Am IMBA (Institut für Molekulare Biotechnologie) in Wien startete 2017 ein einzigartiges Fundraising-Projekt zur Erforschung der bisher wenig bekannten seltenen Krankheit Diamond Blackfan Anämie (DBA). Ausgangspunkt war die Eigeninitiative einer Familie mit zwei betroffenen Kindern und die wissenschaftliche Neugier des damaligen Institutsdirektors. In Kooperation mit der Medizinischen Universität Wien soll aufgeklärt werden, warum ein Elternteil der Träger der Mutation ist, die die Krankheit auslöst, selbst jedoch gesund ist. Im Zeitraum 2017 bis 2023 gelang es, mehr als eine Million Euro an Spendengeldern zu sammeln. Die effizientesten Tools waren aufwendige Fundraising-Dinner (mit einem hohen Anteil an Pro-bono-Leistungen), Update-Events, Anlass-Spenden (wie Geburtstage, Speaker-Honorare) und unermüdliche persönliche Kontaktarbeit. Einzigartig sind das enorme Engagement der Eltern und das Einbringen ihres hervorragenden Netzwerks. Dass im Team charismatische und eloquente Persönlichkeiten wirken, darunter ein prominenter österreichischer Wissenschaftler, macht das Projekt auch medial attraktiv.

Immobilien – geschenkt
Kai Dörfner, eva Stuttgart, eva's Stiftung

Viel Geld steckt in Immobilien. Immobilien-Schenkungen und -Nachlässe können hinsichtlich ihrer Anzahl und ihrem Wert das Fundraising extrem erweitern. Ein Ansatz im Großspender-Fundraising ist bei eva's Stiftung das Werben um Immobilien. Es ist gar nicht so selten, dass Menschen in einer eigenen Immobilie leben und noch eine oder mehrere Wohnungen vermieten. Im höheren Alter wird dies oft sehr mühsam, gleichzeitig sind die Erträge nicht für den Lebensunterhalt notwendig. eva's Stiftung nimmt Wohnungsschenkungen an und vermietet sie sozial oder als Mitarbeiter-Wohnung. Schon bei kleineren Wohnungen beträgt der Wert einer Schenkung – gerade in Ballungsräumen – schnell 150 000 Euro oder deutlich mehr. ▣



Dr. Marita Haibach begleitet seit mehr als drei Jahrzehnten Non-Profit-Organisationen als Fundraising-Beraterin, Trainerin und Coach. Sie ist Mitinhaberin des Major Giving Institute,

das auf Weiterbildung im Bereich Großspender-Fundraising spezialisiert ist. Für ihr Engagement bei der Entwicklung von Philanthropie und Fundraising in Deutschland wurde die Autorin mehrerer Fachbücher mit dem Bundesverdienstkreuz und dem Deutschen Fundraising-Preis ausgezeichnet.

► www.major-giving-institute.org



Jan Uekermann ist Berater, Trainer und Coach mit den Spezialgebieten Fundraising-Grundlagen, Großspender-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



Immobilien-Schenkungen und -Nachlässe können das Fundraising erweitern.

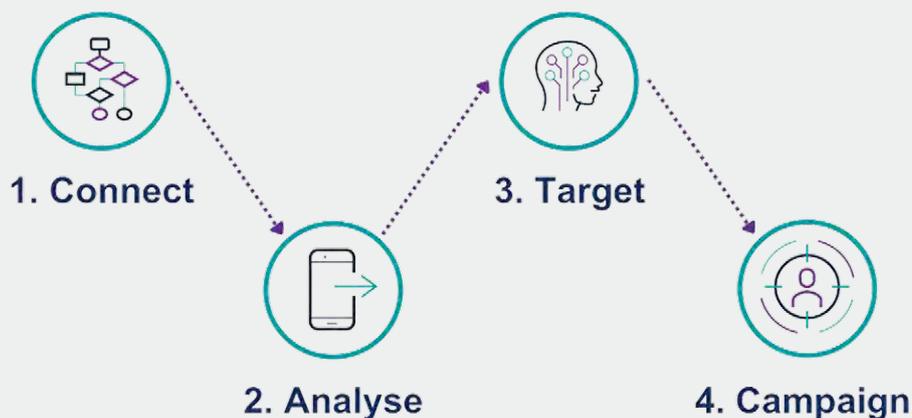


Das Buch „Großspender-Fundraising – Wege zu mehr Philanthropie“ von Dr. Marita Haibach und Jan Uekermann können Sie

hier direkt bestellen:

► <https://shop.fundraising-magazin.de>

Großspenden Fundraising: Mit Analytics zum nachhaltigen Erfolg



Auch in 2023 gingen die Spendeneinnahmen in Deutschland laut dem Deutschen Fundraising Verband um 8 Prozent zurück. Gerade deshalb spielen für die Finanzierung gemeinnütziger Organisationen Großspenden eine entscheidende Rolle. Die Kunst besteht darin, nicht nur Spender:innen für Projekte zu gewinnen, sondern auch langfristige Beziehungen zu diesen aufzubauen. In diesem Artikel beleuchten wir, wie Fundraiser:innen, mithilfe von Analytics, tiefere Einblicke in das Spendenverhalten dieses Segments gewinnen und die Erkenntnisse gezielt in relevante und personalisierte Kommunikation umsetzen können.

Bedeutung von Großspenden im Fundraising

Großspenden stellen nicht nur finanzielle Ressourcen bereit, sondern bieten auch die Möglichkeit, nachhaltige Beziehungen zu diesen Unterstützer:innen aufzubauen, da diese erheblichen Einfluss auf den Erfolg einer Organisation haben. Daher ist es für Fundraiser:innen entscheidend gezielte Strategien zu entwickeln, um potenzielle Großspender:innen zu identifizieren, zu aktivieren und aktiv zu halten.

Schritt 1: „Connect“

Im ersten Schritt legen Sie fest, welche Spender:innen Daten Ihnen zur Verfügung stehen und welche Sie nutzen möchten. Für einen schnellen Start kann es ausreichen mit einer Datenquelle, wie zum Beispiel Ihrer Fundraising-Software, zu beginnen.

Schritt 2: „Analyse“

Nun geht es an die Datenanalyse, um Bedürfnisse für einzelne Segmente oder bestimmte Verhaltensmuster zu identifizieren. Für eine zielführende Analyse sollten Sie vorab festlegen, welche Kernfragen Sie beantworten möchten. Am Beispiel Großspender:innen, könnten Sie zunächst festlegen, nach welchen Kriterien Sie dieses Segment definieren. Mögliche Kernfragen sind:

- Wie oft spenden Großspender:innen pro Jahr und zu welchen Zeitpunkten?
- Wer sind abwanderungsgefährdete Großspender:innen?
- Welche Projekte, werden häufig von Großspender:innen unterstützt?
- Wie sieht das typische Profil eines/r Großspenders/Großspenderin aus?

Schritt 3: „Target“

Nach der Analyse stellen Sie sich die Frage über welchen Kanal und mit welchen Inhalten Sie Ihr Zielsegment erreichen können. Dies kann sehr individuell sein, denn Ziel ist es, Spender:innen zu aktivieren, aktiv zu halten oder zu reaktivieren. Dies erreichen Sie, wenn Sie relevant, persönlich, über den passenden Kanal und zum richtigen Zeitpunkt kommunizieren.

Schritt 4: „Campaign“

Zum Schluss geht es um die Kampagnenplanung. Soll sie einstufig oder mehrstufig sein? Und über welche Kanäle? Steuern Sie mehrere Kampagnen gleichzeitig aus, so sollten Sie die Kampagnen priorisieren, damit Spender:innen nicht mehrfach zum gleichen Zeitpunkt kontaktiert werden. Selbstverständlich darf hier die Erfolgsmessung und Optimierung nicht fehlen.

Gerade bei einem so wichtigen Segment, wie den Großspender:innen, lohnt es sich bestehende Daten zu Ihrem Vorteil zu nutzen, um durch passgenaue, gezielte Kommunikation die Bindung für nachhaltigen Erfolg zu stärken.

Wie Sie all das in der Praxis umsetzen, erfahren Sie in unserem kostenfreien Webinar für Fundraiser:innen. Erfahren Sie hier mehr:



Apteco GmbH
Stresemannallee 22
60596 Frankfurt am Main
▶ www.apteco.de

Seminare und Tagungen im Überblick

MÄRZ

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

Mitglieder- und Nachwuchsgewinnung – Methoden und Strategien für kleine und mittlere Vereine
26.03., online
<https://weiterbildungsforum-ehrenamt.de>

Online-Seminar: Virtuelle Facebook Challenges
26.03., online
www.fundraising.at

WGB rechtlich sicher aufbauen
28.03., online
www.skala-campus.org

Fortbildung Philanthropie-Beratung

Zertifikats-Lehrgang in 3 Blöcken
April - Sept. 2024, Berlin



ESV-Akademie.de/
Philanthropie

APRIL

Intensiv-Seminar: High Value Fundraising 2023/24
03.-05.04., Wien
www.fundraising.at

Lehrgang: Großspenden-Fundraising
03.04.-17.09., Wien und online auf Zoom
www.fundraising.at

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

Messe Fair Handeln
04.-07.04., Stuttgart
<https://sez.de>

Social Media für Einsteiger/innen
06.04., online
www.vitaminb.ch

Online-Intensivseminar Stiftungswesen
08.04., online
www.maecenata.eu

Mittelabrufe, Mittelverwendung, Verwendungsnachweise
08.04., online
www.deutsche-stiftung-engagement-und-ehrenamt.de

Risikomanagement „kompakt“ für Vereine und Nonprofit-Organisationen
08.-09.04., online
<https://npo-academy.com>

Social Media in HR: modernes Arbeitgebermarketing für Vereine und Nonprofit-Organisationen
08.-09.04., online
<https://npo-academy.com>

Online-Moderation: virtuelle Meetings moderieren, interaktive Methoden einsetzen, Tools anwenden
08.-09.04., online
www.ehrenamt.de

Zertifikatslehrgang „Agile Methodenkompetenz“
08.-19.04., online
<https://pausanio.com>

Webinarreihe Digitale Fundraising-Trends: Internationale Marktanalyse – Newsletter
09.04., online
<https://as-dialoggroup.de>

Personalmanagement – Gesprächs- und Mitarbeiterführung und Motivation
09.04., online
<https://weiterbildungsforum-ehrenamt.de>

Tag der Verbände – Nordrhein-Westfalen 2024
09.04., Neuss
www.tag-der-verbände.de

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

Internes Rechnungswesen für Vereine und NPOs: wie Sie eine entscheidungsrelevante Kostenrechnung aufbauen
09.-12.04., online
<https://npo-academy.com>

Fördermöglichkeiten entdecken: Erasmus+ für Bildung und Jugend
10.04., online
www.ibpro.de

Zeitnahe Mittelverwendung und Rücklagenbildung
10.04., online
<http://my-eshop.info>

Fortbildung Nachlassfundraising
10.04.-18.09., Frankfurt am Main
www.fundraisingakademie.de

Rechtliche Aspekte der Zusammenarbeit mit Ehrenamtlichen
11.04., online
www.ehrenamt.de

Danke! – Spenderdank mit voller Wirkung
11.04., online
www.goldwind-bewirken.de

Strategisches Fundraising
11.-12.04., online
<https://npo-academy.com>

Lehrgang: Online-Fundraising leicht gemacht
11.04.-21.05., online
www.fundraising.at

Zertifikatslehrgang: Fundraising in Vereinen und NPOs
11.04.-11.06., online
<https://npo-academy.com>

Fundraising Lehrgang 2024
11.04.-25.07., München
www.ibpro.de

Fundraising
13.04., Zürich
www.vitaminb.ch

Die Psychologie des Danken – worauf es beim Spenderdank ankommt
15.-16.04., online
<https://npo-academy.com>

7. Mai Fundraising Forum Frankfurt
Frühbucherrabatt bis 7. April
www.fundraising-evangelisch.de

Peer-to-Peer-Fundraising: how to exponentially grow your income and supporter base
15.-16.04., online
<https://npo-academy.com>

Webinar-Woche: Fundraising.Digital
15.-18.04., online
www.fundraising-digital.org

Basiskurs Freiwilligenkoordination: erfolgreich Freiwillige gewinnen und begleiten, damit Engagement wirken kann
15.-17.04., online
www.ehrenamt.de

Fortbildung Referent*in Database-Fundraising in drei Blöcken
15.04.-27.06., Hofgeismar/Berlin sowie digital
www.fundraisingakademie.de

Webinarreihe Digitale Fundraising-Trends: Fundraisingstrategien zum Jahresende
16.04., online
<https://as-dialoggroup.de>

HoR goes digital: Fördermöglichkeiten durch das Projekt InterKulturMachtKunst – KunstMachtInterKultur
16.04., online
www.house-of-resources.berlin

Wirkung einfach analysieren
16.04., online
www.skala-campus.org

Mit Events Spendende binden
16.04., online
www.ibpro.de

alumni-clubs .net

28. Konferenz von alumni-clubs.net
12.-14. Mai 2024
Universität Hildesheim

www.alumni-clubs.net

Spendenaktionen & Peer-to-Peer-Fundraising
16.04., online
www.fundraising.at

Measuring Impact and SROI
16.-17.04., online
<https://npo-academy.com>

15. Berliner Stiftungswoche unter dem Schwerpunktthema »BRÜCKEN BAUEN«
16.04.-26.04., Berlin
www.berlinerstiftungswoche.eu

Referent*in Gesundheitsfundraising
16.04.-31.10., Hofgeismar
www.fundraisingakademie.de

Arbeitsrechtliche Aspekte; Beschäftigungsformen im gemeinnützigen Sektor: Ehrenamt, Teilzeit, Volontariat, Werkvertrag, Dienstvertrag etc.
17.04., online
www.gemeinnuetzig.at

Controlling in Vereinen und NPOs
17.04.-18.04., online
<https://npo-academy.com>

Weiterbildung zu MS-Office-Anwendungen – Schwerpunkt: MS PowerPoint I.
18.04., online
<https://weiterbildungsforum-ehrenamt.de>

AlphaFoundation® Roundtable 2024
18.04., Basel
<https://alphafoundation.com>

Spendenbeispiele/Shoppinglisten klug einsetzen
18.04., online
www.goldwind-bewirken.de

MÜNCHNER STIFTUNGSFRÜHLING

Di. 4. bis So. 9. Juni 2024
www.muenchnerstiftungsfruehling.de



Großspenden-Fundraising
18.-19.04., online
www.npo-academy.com

Corporate Social Responsibility: A Management Approach for NGOs and Businesses
18.-19.04., online
<https://npo-academy.com>

„Positive Leadership“: die eigene Effizienz und die Team-Effizienz durch POSITIVE FÜHRUNG steigern. Lehrgang & Retreat
18.-20.04., Neuhofen a.d. Ybbs
www.wu.ac.at

Seminar »Kommune gemeinsam gestalten. Engagement- & Beteiligungsprozesse sinnvoll verknüpfen«
19.-20.04., Magdeburg
www.mitarbeit.de

Das Moneyfestation Camp für Fördermittel Newbies: in nur 2 Tagen durchstarten
19.-20.04., online
<https://subscribepage.io>

Öffentlichkeitsarbeit Rundum-Paket – speziell für gemeinnützige Organisationen
19.-21.04., Ostheide bei Lüneburg
www.bto-barendorf.de

Stiftungsmanagement
19.-23.04., Münster
<https://weiterbildung.uni-muenster.de>

Netzwerkmanagement und Netzwerkkoordination professionalisieren
22.-23.04., Berlin
www.ehrenamt.de

Vereinsrecht „kompakt“: die rechtssichere Gestaltung des Vereinsalltags
22.-23.04., online
<https://npo-academy.com>

Webinarreihe Digitale Fundraising-Trends: Emergency Kommunikation im Online-Fundraising
23.04., online
<https://as-dialoggroup.de>

Professionell texten für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von Nonprofit-Organisationen
23.04., München
<https://npo-academy.com>

Senior Fundraising Advisor
23.04.-03.07., Schmitten sowie online
www.fundraisingakademie.de

Erfolgreiche Korrespondenz mit Spenderinnen und Spendern: mit gelungenen Texten ansprechen und binden
24.04., München
<https://npo-academy.com>

Grundlagen der Buchführung für mittlere und große Vereine
24.04., online
www.gemeinnuetzig.at

Online-Seminar:
Übungsleiter- und Ehrenamtsfreibetrag
24.04., online
<http://my-eshop.info>

Steuerrecht „kompakt“ für Vereine und NPOs: was Vereine, gemeinnützige GmbHs und gemeinnützige Stiftungen beachten müssen
24.-25.04., online
<https://npo-academy.com>

Betriebsrat(swahlen) - Spezifika bei Vereinen und NPOs
24.-25.04., online
<https://npo-academy.com>

Fortbildung Philanthropie-Beratung (Zertifikats-Lehrgang in 3 Blöcken)
24.04.-13.09., Berlin und online
www.esv.info

Ergebnisse bitte. Effektiver Meetings gestalten mit kollaborativen Moderationstechniken
25.04., online
<https://pausanio.com>

10. Fachtagung für Kulturfundraising- und sponsoring
25.04., Wien
www.fundraising.at

DEUTSCHER FUNDRAISING KONGRESS
2024
3. – 5. Juni
MOA Berlin



Chancen und Tools für die Digitalisierung im Verein
25.04., online
<https://weiterbildungsforum-ehrenamt.de>

Vom Nachlass-Fundraising zur Nachlass-Abwicklung
25.04., online
www.ibpro.de

Dauerspender:innen gewinnen und binden
25.04., online
www.goldwind-bewirken.de

Seminar: KPIs, Reporting, Budgeting & Evaluierung
25.04., Wien
www.fundraising.at

Tender Success for Non Profit Organisations: how NPOs successfully participate in EC service contracts
25.-26.04., online
<https://npo-academy.com>

Intensiv-Seminar:
Strategisches Fundraising-Management 2023/24
25.-26.04., Wien
www.fundraising.at

ALLES, WAS RECHT IST. Bildrechte für Kunst, Kultur und Wissenschaft im digitalen Raum
26.04., online
<https://pausanio.com>

Überblick über die Fördermittellandschaft
27.04., Bad Nauheim
<https://fundraising.ekhn.de>

Erbschaftsfundraising in und für Stiftungen: organisatorische, rechtliche und steuerliche Aspekte
29.04., Berlin und online
www.esv.info

Webinarreihe Digitale Fundraising-Trends: Spenden über mobile Endgeräte und Social-Media-Fundraising
30.04., online
<https://as-dialoggroup.de>

Freiwillige gewinnen – aber wie?
30.04., online
www.ehrenamt.de

Wien
14. Juni 2024
www.changemakers.camp



MAI
KI für Bilder. Wie lernen Computer sehen?
02.05., online
<https://pausanio.com>

Wissenswertes für Stiftungsrätinnen und Stiftungsräte von klassischen Stiftungen
02.05., online
www.aufsichtbern.ch

Gendern im Fundraising – was will die Zielgruppe?
02.05., online
www.goldwind-bewirken.de

Erzähl mir mehr!
Storytelling für den digitalen Raum
06.05., online
<https://pausanio.com>

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

Fortbildung
„Referent*in Fördermittelmanagement“ (3/3)
06.-08.05., Hofgeismar
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Erfolgreiches LinkedIn-Marketing für Non-Profit-Organisationen
07.05., Wien
www.fundraising.at

Fördermittelmanagement: Projektgelder erfolgreich verwalten und abrechnen
07.05., online
www.ehrenamt.de

Fundraising-Forum Frankfurt 2024
07.05., online
www.fundraising-evangelisch.de

Sustainable Finance - nachhaltige Vermögensanlage für Stiftungen
07.05., online
www.stiftungen.org

Wertschätzende Kommunikation im Team
07.-08.05., München
www.ibpro.de

5. Leipziger NPO-Forum
08.05., Leipzig
www.leipziger-npo-forum.de

ERFOLGREICHES FUNDRAISING. Best Practices und Inspiration für Kulturorganisationen
08.05., online
<https://pausanio.com>

28. Konferenz von alumni-clubs.net
12.-14.05., Hildesheim, Universität
www.alumni-clubs.net

Online-Intensivseminar Zivilgesellschaft
13.05., online
www.maecenata.eu

NPO-Forum 2024
13.05., Wien
www.wu.ac.at

Fachtag „Kultur-Fundraising“
13.05., Frankfurt am Main
www.dfrv.de

Tag der Verbände in Hamburg 2024
13.05., Hamburg
www.tag-der-verbände.de

Online-Fundraising
13.-14.05., online
<https://npo-academy.com>

Investition und Finanzierung in Vereinen und NPOs
13.-14.05., online
<https://npo-academy.com>

Fundraising kompakt – erfolgreich Spender*innen und Sponsor*innen gewinnen
13.-15.05., Köln
www.neues-lernen.info

Webinarreihe Digitale Fundraising-Trends: Online-Neuspendergewinnung und digitales Fundraising
14.05., online
<https://as-dialoggroup.de>

BILD UND TON.
Medienproduktion für Kultureinrichtungen
14.05., online
<https://pausanio.com>

Ehrenamtsmanagement in der Praxis – helfende Hände gewinnen und behalten
14.05., online
<https://weiterbildungsforum-ehrenamt.de>

Stiftungstagung «Gemeinnützige Stiftungen erfolgreich in die Zukunft führen!»
14.05., Zürich
www.ppcmetrics.ch

Deutscher Stiftungstag 2024: „Mittendrin: Wie Stiftungen Transformation gestalten“
14.-15.05., Hannover
www.stiftungen.org

26. Juni 2024
Kursaal, Bern

Swiss-Fundraising-Day

swissfundraisingday.ch

HoR goes digital: Fördermöglichkeiten durch die Heidehof Stiftung GmbH
15.05., online
www.house-of-resources.berlin

NPO PLUS: Planungs- und Controllingtools
15.05., online
www.gemeinnuetzig.at

Storytelling für NPOs
15.-16.05., online
<https://npo-academy.com>

Training für erfolgreiche(re) Spendenmailings
15.-16.05., online
<https://npo-academy.com>

Führen ohne Vorgesetztenfunktion - Ist das nicht ein Widerspruch?
15.-16.05., online
<https://npo-academy.com>

Universität Münster | Professional School

Nonprofit-Management & Governance

Berufsbegleitender Masterstudiengang Universität Münster



Basiskurs „Fundraising mit Herz und Verstand“ in 2 Blöcken
15.05.-26.10., Hannover
www.kirchliche-dienste.de

Kompaktseminar „Fördermittel für gemeinnützige Projekte“
16.05., Würzburg
<https://foerder-lotse.de>

Vertragswesen – Verträge für Honorarleistungen, Ehrenamts- und Übungsleiterverträge
16.05., online
<https://weiterbildungsforum-ehrenamt.de>

Gemeinnützigkeit und Steuern (Baustein 3 - Vereinsführerschein)
16.05., online
www.ibpro.de

Projektmanagement „kompakt“ für Vereine und NPOs
21.05.-24.05., online
<https://npo-academy.com>

So geht gründen – DAS ist wichtig!
22.05., online
www.berufswege-fuer-frauen.de

Weiterbildung zu MS-Office-Anwendungen – Schwerpunkt: MS Outlook I.
23.05., online
<https://weiterbildungsforum-ehrenamt.de>

Seminar «Erfolgreiche Zusammenarbeit mit Mäzen*innen»
23.05., Bern
www.swissfundraising.org

Mitgliederorientierung
25.05., online
<https://fundraising.ekhn.de>

Finanzielle Verantwortung des Vorstands
25.05., online
www.vitaminb.ch

Mitgliederschwund? Keine Nachfolge? Was nun?
27.05., online
www.vitaminb.ch

Basiskurs Freiwilligenkoordination: erfolgreich Freiwillige gewinnen und begleiten, damit Engagement wirken kann
27.05.-29.05., Berlin
www.ehrenamt.de

Referent*in Unternehmenskooperation
27.05.-02.10., Schmitten/Hofgeismar sowie online
www.fundraisingakademie.de

Webinar: Nachlass regeln, Testament verfassen
29.05., online
www.heks.ch

Online-Seminar: Vereinssatzungen optimieren
29.05., online
<http://my-eshop.info>

Digitale Werbung für (analoge) Formate
30.05., online
<https://weiterbildungsforum-ehrenamt.de>

Noch mehr Termine finden Sie unter gutes-wissen.org

Kostenfreie Webinar-Woche für NGOs

Diesmal im Fokus: Ihre Zielgruppe auf Social Media

Es gilt mittlerweile als Binsenweisheit im Beziehungsmanagement: Hol deine Zielgruppe dort ab, wo sie steht! Wieso aber scheuen dann nach wie vor so viele gemeinnützige Organisationen die sozialen Medien? Zu schnelllebig? Zu übersichtlich? Zu „jung“? Meist liegt es an zu geringem Wissen und einem fehlenden Verständnis für die Möglichkeiten dieser digitalen Spielwiesen.

Deshalb bietet das Haus des Stiftens in Kooperation mit dem Fundraising-Magazin in seiner neuen kostenfreien Webinar-Woche für NGOs ganze acht jeweils einstündige Webinare an, die zeigen, wie man erfolgreich die passenden Kanäle bespielt, aber auch, wie sich die sozialen Medien ganz



konkret in den Fundraising-Mix der eigenen Organisation einbinden lassen.

Entsprechend breit sind die Themen mit Best-Practice-Beispielen angelegt. Christian Brodüffel von den German Doctors zeigt, wie die Organisation ihre Arbeit auf Instagram ins rechte Licht rückt. Natürlich kommt auch das Thema KI nicht zu kurz, beispielsweise verwoben mit den Eigenheiten der

Generation Z (Marie-Kristin Schwindt, FundraisingBox). Youtube, Facebook, Tik Tok: Alles ist mit dabei. Ob Donor Journey oder die Verbindung der sozialen Medien mit Face-to-Face-Fundraising, die Anregungen der Referentinnen und Referenten verhelfen garantiert zu eigenen Ideen.

Alle Webinare sind zeitlich so gelegt, dass es nicht zu einer Überschneidungen kommt, im Prinzip also jeder die Gelegenheit hat, alle Themen miterleben zu können.

**Ihre Zielgruppe auf Social Media:
kostenlose Webinare für Non-Profits
vom 15. bis 18. April**

► www.fundraising-digital.org

zhaw School of Management and Law

EQUIS
seit 2023

AACSB
seit 2015

Möchten Sie Ihre Kompetenzen im Fundraising vertiefen?

Erfahren Sie mehr über unsere berufsbegleitenden Studiengänge in Fundraising Management:

- MAS/DAS Fundraising Management
- CAS Fundraising Operations
- CAS Fundraising Strategies
- CAS Fundraising Leadership

Auch für Interessierte aus Deutschland.

Zusätzliche Weiterbildungskurse:
www.zhaw.ch/zkm/fundraising

Jetzt informieren!



#DFK24

Der Deutsche Fundraising-Kongress findet wieder im Juni in Berlin statt

Zum mittlerweile dritten Mal lädt der Deutsche Fundraising-Verband zum größten Branchentreffen ins MOA-Hotel nach Berlin. Nach gewohntem Muster wird der erste Veranstaltungstag in zwei thematische Fachtage unterteilt: Der Fachtag „Leadership“ steht unter dem Fokus Resilienz. Wer über den Tellerrand der Gemeinnützigkeit blicken möchte, kann das im Rahmen des zweiten Themas tun. Hier wird sich alles um das Konzept der Gemeinwohlökonomie drehen, organisiert von der entsprechenden neuen Fachgruppe unter der Moderation von Dr. Christian Gahrman. Parallel dazu laufen vier Masterclasses, unter anderem zur praktischen Anwendung von KI und der erfolgreichen Ansprache von Großspendern. Angebote für die „Next Gen“, also Teilnehmer im Alter von unter 36 Jahren, sind in der Planung. Ein Highlight wird ein Keynote von Manuela Rousseau, Aufsichtsrätin der Beiersdorf AG, sein, die über weibliche Führung sprechen wird.

Deutscher Fundraising-Kongress 2024
vom 3. bis 5. Juni in Berlin
► www.dfrv.de/dfk

Gemeinwohl trifft Unternehmen

Der Trend zu sozialem Unternehmertum hält an. Damit weicht die Grenze zwischen Gemeinnützigkeit und privatwirtschaftlichem For-Profit-Handeln immer weiter auf. Dieser Entwicklung widmet sich das Leipziger Non-Profit-Forum im Mai. Wo liegen dabei die Herausforderungen? Leidet die altruistische Tätigkeit unter einer zunehmend betriebswirtschaftlich optimierten Geschäftsführung? Einer der Experten, die sich diesen Fragen widmen werden, ist Norbert Kunz, Geschäftsführer der Social Impact gGmbH.

5. Leipziger NPO-Forum am 8. Mai in Leipzig

► www.leipziger-npo-forum.de

Fundraisingtag Stuttgart

Metaverse für Non-Profits? Aber klar doch. Michael Harr von Pro Senectute Schweiz verrät im Rahmen des nächsten Fundraisingtags Stuttgart Ende Juni, wie er mit seiner Organisation erfolgreich in der virtuellen Welt unterwegs ist. Ein weiterer Schwerpunkt im Tagungsprogramm wird das Thema Planungssicherheit sein. Jede Organisation wünscht sie sich, aber oft ist sie nur durch Fördermittel zu erreichen. Darüber spricht die Fundraising-Beraterin Svenja von Gierke und zeigt auf, wie sich eine institutionelle Förderung gewinnen lässt. Um Heldenpower geht es im Seminar mit dem Fundraising-Experten Lars Flottmann. Bei ihm steht alles im Zeichen des Storytellings. Noch immer werden die Leistungen von Vereinen und Stiftungen zu wenig in der Kommunikation und im Fundraising genutzt. Das lässt sich ändern. Außerdem wird es um Nachlässe für gemeinnützige Organisationen gehen, die in den letzten Jahren deutlich gestiegen sind. Wie man das Thema modern und digital präsentiert, zeigt Carmen Maus-Gebauer von der Christoffel Blindenmission in ihrem Seminar. Das Wichtigste aber kommt natürlich auch nicht zu kurz: Wie immer wird es ausreichend Raum und Zeit für alle Teilnehmenden geben, sich entspannt mit den Kolleginnen und Kollegen vor Ort auszutauschen. Der Frühbucherrabatt gilt noch bis zum 17. Mai.

Fundraisingtag Stuttgart am 27. Juni in Filderstadt

► www.fundraisingtage.de

16. SwissFundraisingDay Der Treffpunkt für Schweizer Fundraiser*innen

Orientierung in einer orientierungslosen Welt: Fundraising zwischen Ethik und Erfolg



Mittwoch, 26. Juni 2024
Kursaal, Bern

Programm und Anmeldung unter
www.swissfundraisingday.ch

Kulturfundraising

Der österreichische Verband lädt zum Fachtag nach Wien

Wie sieht es aus mit dem Balanceakt zwischen erfolgreicher Beziehung zu Unterstützern und der Kontrolle über den eigenen Qualitätsstandard? Auch das Fundraising im kulturellen Sektor ist komplex und deutlichen gesellschaftlichen Veränderungen ausgesetzt. Deshalb versucht Angela Stief von der Albertina Moderna mit ihrer eröffnenden Keynote eine Einordnung aktueller Herausforderungen. Der 9. Fachtag für Kulturfundraising bietet zudem mehrere Sessions aus dem Alltag der Kulturförderung. Mit dabei: der Freundeskreis des Wiener Staatsballetts, der Museumsverband des Kunsthistorischen Museums Wien und Veronika Prinz, Projektberaterin der Crowdfunding-Plattform wemakeit. Moving Sessions mit fünf Gastgebern diskutieren gemeinsam mit den Teilnehmenden fünf Themen für jeweils 20 Minuten. Das Highlight am Abend: die Verleihung der Kulturfundraising Awards mit Gala-Dinner.

9. Fachtagung für Kulturfundraising am 27. April in Wien
 ► www.fundraising.at

Kurzgefasst ...

Tag der Verbände in Nordrhein-Westfalen

Wenn am 9. April die Verbände NRWs in Neuss zusammenkommen, werden anlässlich des Tags der Verbände Themen wie Ehrenamt und Förderungen von Vereinen ebenso auf dem Programm stehen wie Mitgliederbindung und Haftungsfragen. Den Fokus erweitern wird die abschließende Diskussion, die einen Blick auf die kommende Europawahl werfen wird.

► www.tag-der-verbaende.de

15. Internationales NPO-Colloquium

Erstmalig ist Frankfurt der Austragungsort des Internationalen NPO-Colloquiums am 4. und 5. April. Klimaneutralität, Diversität oder Digitalisierung: Die Teilnehmer werden eingeladen, in einen Austausch über NPOs im Wandel und die damit verbundenen Gestaltungsmöglichkeiten in Zeiten dynamischer Umbrüche zu treten.

► www.izgs.de/npo-colloquium-2024

28. acn-Konferenz

„Zukunft gestalten: KI-Innovation und Best Practices im Alumni-Management“ – so das komplexe Thema der diesjährigen Konferenz der Alumni-Clubs vom 12. bis 14. Mai in Hildesheim. Neben Erfolgsgeschichten werden hier in einem Pecha Kucha mit dem Titel „My Bad Your Win – und was du von mir lernen kannst“ auch Misserfolge geteilt werden.

► www.alumni-clubs.net

15. Berliner Stiftungswoche

Vom 16. bis 26. April heißt es im Rahmen der Berliner Stiftungswoche: „Brücken bauen“. Elf Tage lang gibt es unzählige Veranstaltungen, Ausstellungen und Projektvorstellungen überall in der Stadt. Die Formate reichen von Vorträgen und Diskussionsrunden über Tage der offenen Tür bis hin zu Stadtspaziergängen und Online-Formaten.

► www.berlinerstiftungswoche.eu

NPO-Forum Wien

Das Jahresforum für NPOs, öffentliche Verwaltung, Stiftungen und Sozialunternehmen findet in diesem Jahr am 13. Mai an der Wirtschaftsuniversität Wien statt. Zu den Kernthemen der Tagung gehören Transformation von Social Business, Non-Profit- und Public Sector, neue Management- und Governance-Systeme sowie NPOs als treibende Kraft für das Gemeinwohl.

► www.controller-institut.at

IQ 5. LEIPZIGER NPO-FORUM

Gemeinwohl versus Unternehmersisierung?!

Im Spannungsfeld zwischen altruistischer Mission und betriebswirtschaftlichem Handeln

am 8. Mai 2024 ► 09:30 – 17:00 Uhr
 ► Moritzbastei Leipzig

Beim 5. Leipziger NPO-Forum tauchen Sie in die Welt der Gemeinnützigkeit ein und treffen auf innovative Spitzenkräfte:

- Norbert Kunz, einer der profiliertesten Sozialunternehmer in Deutschland
- Prof. Timo Meynhardt, Wirtschaftspsychologe, Entwickler GemeinwohlAtlas
- Dr. Hendrik Pusch, Rechtsanwalt und Justiziar des DOSB
- Mag. Alexander Perl, StB/WP, AG Österreichisches Spendengütesiegel
- Gisbert Helbing, Geschäftsführer Ev. Schulzentrum Bad Dübren gGmbH
- Und weitere Podiumsteilnehmer/-innen, aus der Praxis

Freuen Sie sich in Leipzig auf:

- ➔ Rege Diskussionen zur Zukunft von NPOs
- ➔ Tiefgehende Einblicke in die Welt sozialer Innovationen
- ➔ Beste Möglichkeiten zur branchenweiten Vernetzung

Kommen Sie ins Gespräch mit Fachleuten und Gleichgesinnten aus dem Non-Profit-Sektor.



Jetzt anmelden!

www.leipziger-npo-forum.de

Veranstalter: iq-inhouse-seminare Kessler & Dzaack GbR, Leipzig
 Telefon: 0341 9614512; E-Mail: info@iq-inhouse-seminare.de



Kirche + Diakonie

Das Fundraising-Forum Frankfurt findet auch in diesem Jahr komplett digital statt. Im Mai wird dann einer der zentralen Aspekte im Programm das Thema Motivation im Ehrenamt sein. Muss ich inspirierende Geschichten teilen, die positive Wirkung der Aufgabe betonen und Wertschätzung zeigen? Was ist nötig, um damit nachhaltig erfolgreich zu sein? Diesen Fragen widmet sich der Gastbeitrag, den Jan Holze, Vorstand der Deutschen Stiftung für Engagement und Ehrenamt (DSEE), bestreiten wird.

Fundraising-Forum Frankfurt
am 7. Mai digital

► www.fundraising-evangelisch.de/fundraising-forum

Stiftungen und Transformation

Deutscher Stiftungstag im Juni in Hannover

„Mittendrin: Wie Stiftungen Transformation gestalten“ – Das Motto des Stiftungskongresses, der im Rahmen des diesjährigen Deutschen Stiftungstags im Mai in Hannover stattfindet, verweist auf Veränderungen. Laut dem Veranstalter Bundesverband Deutscher Stiftungen e. V. ist ein gesellschaftliches Bedürfnis nach Orientierung, Sinnstiftung und Begleitung wahrnehmbar. Angesichts sogenannter „multipler“ Krisen verwundert das nicht. Damit wollen sich auch die deutschen Stiftungen in die Verantwortung genommen sehen, wenn es um ein erfolgreiches zivilgesellschaftliches Engagement für den Zusammenhalt geht.

Ein Highlight wird bereits am ersten Tag mit Sicherheit die Keynote von Finanzminister Christian Lindner werden. Darum herum gruppieren sich die unterschiedlichsten Themen, wie weibliche Politik und deren Bedeutung für Stiftungen oder Diversität, Nachhaltigkeit, Leadership und natürlich das große Thema KI. Damit werden Schnittmengen deutlich, die thematisch unterschiedliche Organisationen verbinden können, wie etwa Sportstiftungen mit Stiftungen im Bereich Umwelt- und Naturschutz.

Deutscher Stiftungstag 2024 am 14. und 15. Mai in Hannover

► www.stiftungstag.org



Haus des Stiftens | FUNDRAISING.DIGITAL
Engagiert für Engagierte

Fokus:

IHRE ZIELGRUPPE AUF SOCIAL MEDIA

Die Themen: Spenden sammeln mit Facebook Advertising oder YouTube, neue Zielgruppen erreichen mit Instagram, mit TikTok auch schwierige Themen kommunizieren, KI im Fundraising und vieles mehr.

Acht kostenlose Webinare für Non-Profits

vom 15.04.–18.04.2024

www.fundraising-digital.org



Open-Agenda: die kollektive Innovation

Agile Austauschformate wie Barcamps sind ein Katalysator für Veränderung

Vor etwa 20 Jahren waren agile, partizipative Austausch- oder Konferenzformate, wie Barcamps, sehr beliebt. Inzwischen sind sie eher aus der Mode gekommen oder sogar in Vergessenheit geraten. Das ist schade, denn gerade solche Formate können in Zeiten multipler Krisen und wachsender Komplexität ein echter Gewinn für viele Organisationen sein.

Von **NIKOLAI MIRON**
und **BERNHARD CSENGEL**

In Österreich haben wir die Barcamp-Methode wiederbelebt. Wir haben Konferenzen im Barcamp-Stil für die österreichische Zivilgesellschaft organisiert und Barcamp-Moderationsformate für den Austausch in Organisationen entwickelt. Selbst in der partizipativ geprägten NGO-Welt war ein Barcamp anfangs weitgehend unbekannt. Das Format wurde jedoch überall positiv aufgenommen, denn offensichtlich schließt es eine existie-

rende Lücke: Open-Agenda-Formate wie das Barcamp können einen echten Beitrag bei Problemlösungen und zur Organisationsentwicklung leisten.

Basisdemokratisch und ergebnisoffen

Aber was ist eigentlich ein Barcamp? Es ist ein Format der Großgruppenmoderation, das basisdemokratisch organisiert und ergebnisoffen ist. Es handelt sich um eine Konferenz ohne vorab festgelegte Agenda. Die Teilnehmenden schlagen Inhalte vor, stimmen über diese ab und sind für die Durchführung und Dokumentation verantwortlich. Jede einzelne Person trägt Verantwortung für die Gestaltung der Konferenz und die Weitergabe des eigenen Wissens. Die Teilnehmenden sind gleichzeitig Experten und Referenten. Unsere Erkenntnisse und unser Appell beziehen sich nicht nur auf Barcamps, sondern auf alle basisdemokratischen und agil gestalteten Austauschformate, wie World

Cafés, Open Innovation oder Crowdsourcing. Egal, ob NGO, Sozialverband, Social Enterprise oder Stiftung: Wir alle sind mit den sich gegenseitig verstärkenden Krisen konfrontiert, die uns vor gewaltige Herausforderungen stellen.

Interne Konkurrenz überwinden

Gerade jetzt und mehr denn je sollten wir unsere Köpfe zusammenstecken, Erfahrungen und Wissen teilen und den Austausch über Lösungen intensivieren – sowohl innerhalb unserer Organisationen als auch über die Organisationsgrenzen hinweg.

Stattdessen stellen wir fest, dass in vielen Organisationen noch immer in historisch gewachsenen Silos gedacht wird und dass starre Strukturen teilweise eher interne Konkurrenz befördern als den Blick auf den gemeinsamen Impact. Mitarbeiter besuchen klassische, frontal konzipierte Konferenzen, wo echter Austausch auf die Kaffeepausen

beschränkt bleibt. Für interne Strategieprozesse werden externe Experten hinzugezogen. Das Wissen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als Ressource für die Problemlösung wird dabei leider oft vernachlässigt.

Weniger Silos, mehr Austausch

Um Antworten auf die Probleme unserer Zeit zu finden, brauchen wir weniger Silos und mehr Austausch. Wir müssen das Wissen möglichst vieler, möglichst diverser Köpfe zusammenführen und als Ressource nutzen, anstatt uns ausschließlich auf Keynote-Speaker oder Strategieexperten zu verlassen. Mit Formaten wie dem Barcamp gelingt uns genau das. Statt nur weniger Referenten in klassischen Konferenzformaten, ist beim Barcamp das Wissen aller Teilnehmenden gefragt. Mit einer agilen und offenen Agenda, bei der das Programm und die Konferenz-Sessions von den Teil-

nehmenden vor Ort selbst gestaltet werden, ist sichergestellt, dass die Konferenz den Bedürfnissen der Anwesenden entspricht. Der egalitäre Austausch und die informelle Atmosphäre fördern das Kennenlernen und das Netzwerken. Der Austausch von Wissen und Expertise hilft, Silos zu überwinden und interdisziplinäre Projekte zu entwickeln. Offene Agenda-Formate schaffen damit bessere Rahmenbedingungen, um mit einer sich stetig verändernden Welt (Stichwort „VUCA“) umzugehen. Es ist faszinierend zu beobachten, wie partizipative, offene Austauschformate eine ungeahnte disruptive Veränderungskraft entfalten können. Denn neben Lösungsansätzen schaffen sie Selbstermächtigung, Ownership und stärken die intrinsische Motivation im gesamten Team.

Mehr denn je müssen wir uns alle zusammentun, um positive Veränderungen zu erreichen. Die Formate dafür liegen bereits vor – wir müssen sie nur nutzen. ▣



Nikolai Miron leitet den Bereich Kommunikation & Fundraising bei der österreichischen Umweltschutzorganisation Global 2000. Seit vielen Jahren macht er Kommunikation und politisches Campaigning, z. B. für Amnesty International, den BUND und im Deutschen Bundestag.

► www.global2000.at

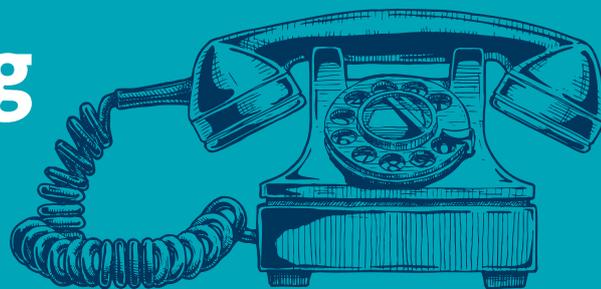


Bernhard Csengel ist Senior Consultant bei der P&B Agentur für Kommunikation und entwickelt Kampagnen für Kunden im Bereich Nachhaltigkeit und Fundraising. Er ist

seit über 15 Jahren in der österreichischen und europäischen Zivilgesellschaft tätig und leitet Kampagnen und Aktionen u.a. für Amnesty International, Friends of the Earth und Global 2000.

► www.pbagentur.at

Eine starke Beziehung beginnt mit einem guten Gespräch!



Telefon-Fundraising ist für uns Beziehungspflege: Wir geben Ihren Spender*innen ein Gefühl der Wertschätzung, das sich auch für Ihre Organisation auszahlen wird.

In- und Outbound

Begrüßungsanrufe

Dauerspandengewinnung

Upgrading

Spendenservice



Erfahren Sie mehr über unsere Leistungen und Referenzen im Telefon-Fundraising und vereinbaren Sie einen unverbindlichen Beratungstermin!

socialminds

info@socialminds.de | socialminds.de

Liberaler Demokratie



Ständiges Wirtschaftswachstum? Hat sich als ziemlich nachteilig erwiesen. Soziale Marktwirtschaft? Nicht die beste Idee. Was können Alternativen sein?

Kann der Staat sich von der Wirtschaft unabhängig machen? Gemeinwesen lässt sich neu denken, genauso wie Eigentum und die Idee eines Grundeinkommens. Bei aller Utopie schreibt der Autor hier in seinem Entwurf weniger vor, als man hoffen mag. Sein Credo: „Kein einig Volk, einfach Leute“. Das zu verstehen ist nicht ganz so einfach. Aber die Lektüre lohnt sich genau deshalb.

Dominik Vogt. Der breite Staat. Nachhaltiger Liberalismus jenseits von Kapitalismus. Verlag oekom. 2023. 216 Seiten. ISBN: 978-3-987260-57-5. [D] 24,00 Euro, [A] 25,50 Euro, CHF 33,55.

Anders arbeiten?



Immer wieder getestet, und ganz klar kein Allheilmittel: Die 4-Tage-Woche passt nicht in jedes unternehmerische Konzept. Zugrunde liegt der Idee eins:

Flexibilität. Und dafür gibt es viele Ansätze, wie der Autor darlegt. Er betrachtet konkrete Versuche unter anderem in Island und Großbritannien und zeigt, dass es auf den individuellen Zuschnitt ankommt und viele Ideen erfolgreich sein können, solange sie darauf abzielen, Arbeit menschlicher zu gestalten. Genau dieser Aspekt ist nicht zu unterschätzen, weil er nach wie vor an vielen Stellen zu kurz kommt.

Guido Zander. Wundermittel 4-Tage-Woche? Verlag Haufe. 2023. 150 Seiten. ISBN: 978-3-64817-509-5. [D] 29,99 Euro, [A] 30,90 Euro, CHF 41,95.

KMU-Fördermittel gefällig?



Viele Non-Profit-Organisationen sind heute als Firmen in einer gGmbH oder in gAGs organisiert. Insofern haben sie deutlich größere Möglichkeiten, an Fördermittel zu kommen. Viele dieser Programme sind für Vereine und Stiftungen aber meist nicht zugelassen. Im Buch „Öffentliche Fördermittel und Zuschüsse“ von Tanja Ebbing finden sich allerdings auch Programme, die für Vereine offen sind, wie beispielsweise das INQA-Coaching.

Ebbing untersucht sehr systematisch den Förderprozess, von der Recherche über die Beantragung bis zur Auszahlung. Sie klärt auch das Zusammenspiel mit externen Beratern oder die Motivation von Förderprogrammen, um das System besser zu verstehen. Und das alles in einer sehr verständlichen Sprache ohne Förder-Kauderwelsch. Die begleitenden Grafiken sind teilweise schwer lesbar, allerdings findet man die meisten im digitalen Begleitmaterial zum Buch, wo man sie auch vergrößern und downloaden kann.

Das Buch hat natürlich ein Verfallsdatum, denn viele der dort beschriebenen Fördermittel gelten bis 2026/2027. Das ist das Los solcher Zusammenstellungen. Trotzdem lohnt sich der Kauf, weil nicht nur eine Übersicht gegeben wird, sondern auch Besonderheiten genannt werden. Zu jedem genannten Förderprogramm werden Inhalt und Ablauf detailliert geschildert. So kann man sich schnell einen Überblick verschaffen, ohne die Fördermittelrichtlinien zu lesen, die deutlich komplizierter sind.

Kurt Manus

Tanja Ebbing. Öffentliche Fördermittel und Zuschüsse. Von der Recherche über die Beantragung bis zur Auszahlung. Haufe Verlag. 2023. 268 Seiten. ISBN: 978-3-64816-908-7. [D] 54,99 Euro, [A] 56,60 Euro, CHF 76,95.

Greenwashing



Es ist einfach, einem Unternehmen Greenwashing vorzuwerfen. Die andere Seite ist nun mal in der Bringpflicht, wenn es darum geht, zu überzeugen. Was aber genau ist Greenwashing? Sind wir als Verbraucher und Kunden solchen Taktiken gegenüber ohne Möglichkeiten? Ganz sicher nicht, und der Autor betreibt hier auch kein Bashing der Wirtschaft oder des Finanzsektors. Vielmehr will er zeigen, wie sich das Problem lösen ließe und verweist dabei nicht zuletzt auch auf das Einfordern von Transparenz und das unumgängliche Verständnis von einem Miteinander auf Augenhöhe.

Bernd Villhauer. Meine Bank wäscht grüner. Die Ökologen der Finanzbranche. Verlag Hirzel. 2023. 162 Seiten. ISBN: 978-3-77763-339-8. [D] 24,00 Euro, [A] 25,50 Euro, CHF 33,55.

Generation Z



Wer Menschen verstehen will, muss sich mit ihnen auseinandersetzen. Die Generation Z als Mitarbeiter sollte dabei keine Sonderrolle einnehmen. Wer aber den Eindruck hat,

„die jungen Leute“ nicht zu verstehen, der findet hier Orientierung. Allerdings wirkt das sicher gut gemeinte Glossar etwas spröde. Wer Begriffe wie „Meme“ oder „Mobile First“ noch immer nicht kennt, aber neue Mitarbeiter sucht, hat vielleicht ganz andere Probleme. So gesehen ist das Buch ganz lustig. Nur als Spaßgesellschaft sollte man „die Generation Z“ nicht diffamieren.

Felix Beilharz. Manual Generation Z. Digital Natives als Bewerberinnen, Mitarbeitende und Kunden ansprechen, begeistern und binden. Verlag Gabal. 2023. 248 Seiten. ISBN: 978-3-96739-154-1. [D] 34,90 Euro, [A] 36,50 Euro, CHF 48,85.

Bauprojekte finanzieren



Bauprojekte gehören zu den kompliziertesten Vorhaben gemeinnütziger Organisationen. Die Vielschichtigkeit der damit verbundenen Aufgaben und insbesondere die aufwendige Finanzierung sind eine Herausforderung. Deshalb haben Jörg Günther und Miriam Wagner Long ihre praktischen Erfahrungen auf dem Gebiet in ein Workbook gepackt, also kein Fachbuch in dem Sinne, sondern ein dezidiertes Leitfadens, der allen kommenden Bauherren bei der Planung ihres Projektes Schritt für Schritt hilft. Die klare Struktur des Workbooks sorgt schon vor der Grundsteinlegung dafür, alle Themen insbesondere aber Förderung und Finanzierung im Griff zu haben. Checklisten helfen, die eigenen Prämissen festzuhalten. Hinweise für alternative Finanzierungs-ideen und Tipps für die Kommunikation runden das Buch ab. Ein sehr kompakter Überblick für alle, die Bauprojekte zielgerichtet mit Drittmitteln finanzieren wollen.

Miriam Wagner Long, Jörg Günther. *Bauprojekte zeitgemäß finanzieren*. 44 Seiten. Bestellbar über die Agentur zielgenau. [D] 49,90 Euro.

People first – Profit last



Profitdenken nützt dem Einzelnen, nur fahren wir uns langfristig damit gegen die Wand. Das ist deutlich geworden. Deshalb will die Autorin Oona Horx Strathern Prioritäten anders aufstellen und plädiert zuerst für den Menschen, dann für die Umwelt. Und dann kann man mal einen Blick auf den Profit werfen. Das dahinterstehende Konzept der Kindness-Strategie mag im ersten Moment nach Flower-Power klingen, ist aber ganz und gar nicht als Eskapismus angesichts dieser Zeiten komplexer Herausforderungen gedacht. Die Autorin ist Zukunftsforscherin und will als solche kein Kindwashing betreiben, sondern existierende Wirtschaftssysteme um neue Werte erweitern. Damit verbindet sie allerdings keinen moralischen Kompass, der darüber entscheidet, wer mitspielen darf und wer rausfliegt. Ihr Entwurf des „Symbiozän“, wie es im Vorwort heißt, stützt sich auf einen Begriff, den man durchaus mal googeln sollte.

Oona Horx Strathern. *Kindness Economy. Das neue Wirtschaftswunder*. Verlag Gabal. 2023. 224 Seiten. ISBN: 978-3-96739-150-3. [D] 34,90 Euro, [A] 36,50 Euro, CHF 48,85.

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)

Nächster
Kurs startet im
Februar 2024.
Jetzt anmelden.

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

FUNDRAISING
magazin

Fragebogen: Eva Wieners sammelte



Zum Fundraising kam Dr. Eva Wieners als gelernte Geographin über den Umweg als Projektmanagerin in der Entwicklungszusammenarbeit. Hier lernte sie vor allem, dass es auf der Welt genug gute Ideen und engagierte Menschen gibt – aber dass es oft am Wissen zur Geldbeschaffung fehlt.

Vor und während ihres Studiums lebte sie in Ecuador und Spanien, verbrachte Zeit in Nepal und auf Reisen, sammelte dabei für ihre Doktorarbeit Daten und arbeitete als Projektmanagerin in einem Agroforstprojekt. Ihre Promotion hat sie zum Thema nachhaltige Projektplanung in der Entwicklungszusammenarbeit geschrieben.

Seit 2019 lebt sie wieder in Deutschland und hat sich hier als Fundraiserin und Autorin selbstständig gemacht. Als Geschäftsführerin der Munich Fundraising School organisiert sie das Schulungsprogramm. Im Jahr 2023 hat sie außerdem die berufsbegleitende Ausbildung zur Fördermittelmanagerin für gemeinnützige Organisationen absolviert. Sie ist als Trainerin und Beraterin rund ums Fundraising in Deutschland und international aktiv. Ihr Fokus liegt auf den Themen Fördermittel, Strategieentwicklung, Kommunikation und Nachhaltigkeit. Auch international arbeitet sie weiterhin mit Organisationen jeder Größe zusammen. Jedes Jahr ist sie mindestens einen Monat in Nepal – eine tolle Gelegenheit, einen Finger am Puls der aktuellen Herausforderungen für Organisationen in der Entwicklungszusammenarbeit zu haben.

Besonders wichtig ist ihr der Einsatz von partizipativen Methoden und die Einbindung von allen Beteiligten in Projekten – egal, ob in der Entwicklungszusammenarbeit oder in Projekten in Deutschland. Eva Wieners ist der Überzeugung, dass es ohne echte Partizipation auch keine Nachhaltigkeit gibt und setzt sich hier leidenschaftlich für einen Perspektivwechsel ein. Außerdem beschäftigt sie sich im Moment vor allen mit den neuen Möglichkeiten, die sich im Bereich Fundraising und Kommunikation durch KI ergeben. ■

► www.munichfundraising.school

1. Was wollten Sie als Kind werden?

Ich hatte keinen speziellen Beruf im Kopf, aber ich wollte unbedingt auswandern. Nach Alaska. In eine Blockhütte ...

2. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

Cancel Culture – es macht mich jedes Mal sehr wütend, wenn Menschen in Mikrofone sprechen und behaupten, sie würden gecancelt. Meinungsfreiheit bedeutet ja erst mal nur, dass man seine eigene Meinung äußern darf – nicht, dass jeder auch immer zuhören (und zustimmen) muss.

3. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

Es wäre fantastisch, wenn der Klimawandel endlich ernster genommen würde und seine Mitigation sich in allen politischen Entscheidungen niederschlagen würde.

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

Da würde ich wahrscheinlich wieder im Stuhlkreis in meiner Kindergruppe sitzen und von meinem spannenden Wochenende erzählen ...

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

Ich finde es immer sehr problematisch, wenn man einzelne Personen herausstellt. Einen Orden verdient haben meiner Meinung nach die jungen Menschen, die sich so leidenschaftlich für viele Themen einsetzen und langsam, aber stetig die Wahrnehmung dieser Themen in der Gesellschaft verändern.

weltweit Daten

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

Ist es nicht toll, wenn man so vielen Menschen die Möglichkeit geben kann, ihr eigenes Leben zu verändern? Darf ich Ihnen da mal einige Wege vorstellen?

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

Ich verbringe meine Zeit am liebsten draußen, beim Laufen, Wandern, Radfahren oder Kanufahren. Wenn das Wetter dafür nicht passend ist, nehme ich auch gerne ein Buch in die Hand.

9. Worüber können Sie lachen?

Über sehr viel – Schlagfertigkeit, Tiervideos, Wortwitz. Und über mich selbst. Lachen macht jede Situation besser.

10. Wann reißt Ihr Geduldsfaden?

Wenn ich das Gefühl habe, ich werde nicht ernst genommen.

11. Was war früher besser?

Puh, schwierige Frage. Ich finde, wir haben es jetzt gerade eigentlich verdammt gut ... Vielleicht kann man sagen, früher standen der Menschheit noch mehr Wege offen, die durch Entscheidungen aus der Vergangenheit jetzt versperrt sind.

12. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

Nach mehr als sieben Jahren Leben ohne festen Wohnsitz und auf Reisen bin ich sehr zufrieden damit, einen Erstwohnsitz zu haben.

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

... der Ausdruck großen Vertrauens und damit auch eine Verantwortung diesem Vertrauen gegenüber.

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

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

Wer lesen kann, ist klar im Vorteil – so heißt es. Deshalb stellen wir Ihnen regelmäßig neue (Fach-)Bücher vor. Und was geschieht



und gewinnen

eigentlich mit all den Büchern? Die geben wir gerne an Sie weiter: Unter allen richtigen Einsendungen des Lösungswortes dieses Gewinnspiels verlosen wir die Bücher, welche wir ab Seite 108 dieser Ausgabe vorstellen. Sie haben freie Wahl. Also testen Sie Ihr Wissen, lesen Sie vielleicht noch einmal nach und finden Sie die richtige Lösung heraus. Viel Spaß!



Seite 27



Seite 32



Seite 40

1 Die NGO Viva con Agua wurde durch Pfandbecher-Spenden bekannt. Wann fand ihr erstes „Charity-Festival“ statt?

- AR) 2007
- ER) 2010
- UR) 2017

2 Die „Fairtrade – what else?“-Kampagne setzte 2012 auf E-Mails an George Clooney. Wie viele wurden geschrieben?

- CK) 10 000
- CH) 40 000
- ST) 130 000

3 Auf der Plattform United Charity wurde in der Corona-Zeit eine Klorolle aus purem Gold versteigert. Zu wessen Gunsten?

- EV) Greenpeace
- AV) Ärzte ohne Grenzen
- IV) Ein Herz für Kinder

So geht's: Die Buchstaben aus den Fragen 1 bis 3 ergeben – wenn sie richtig zugeordnet wurden – das Lösungswort. Senden Sie dieses an gewinnen@fundraising-magazin.de. Bitte schreiben Sie dazu, welches Buch Sie haben möchten. Vergessen Sie bitte auch die Postadresse nicht, damit Ihr Gewinn Sie direkt erreicht! Diese Daten werden nur im Zusammenhang mit dem Gewinnspiel verarbeitet und nicht an Dritte weitergegeben. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen, bei mehreren richtigen Einsendungen entscheidet das Los. Einsendeschluss ist der 30. April 2024. Viel Glück!



Der Wegweiser für Ihr Fundraising

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

Neues und Gutes aus dem **FUNDRAISING magazin** SHOP



59 €

FACHBUCH
Fundraising Coach
von Kai W. Dörfner



49,90 €

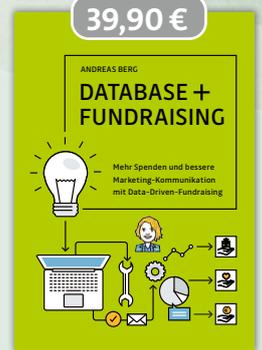
FACHBUCH
Großspenden-
Fundraising
von
Marita Haibach
und
Jan Uekermann

neue, erweiterte
Auflage



13,90 €

FACHBUCH
Fundraising-
Grundlagen von
Jan Uekermann



39,90 €

FACHBUCH
Database +
Fundraising
von Andreas Berg

Nützliche EXTRA-Hefte zu ausgewählten Themen



10 €

EXTRA-HEFT
Fundraising
DIGITAL 1



10 €

EXTRA-HEFT
Fundraising
DIGITAL 2



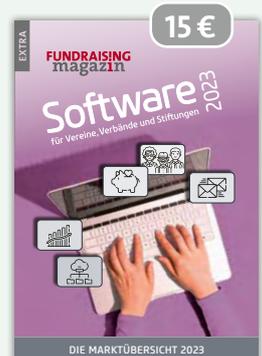
10 €

EXTRA-HEFT
Fundraising
IM INTERNET



15 €

EXTRA-HEFT
Alles Wichtige für
Ihre Spendenbriefe



15 €

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





Skandal-Reporter Fabian F. Fröhlich stöbert im Archiv

Seit einer halben Ewigkeit schreibe ich hier die Kolumnen. Dabei gehören diese, meine fantastischen, pointierten Texte, als Leitartikel auf die Titelseite anstatt nach ganz hinten! Ich habe noch nicht aufgegeben, darum zu kämpfen (dies nur als dezenter Hinweis an die Chefin ...). Und weil hier grad alle im 100-Ausgaben-Modus sind, hab' auch ich mal im Archiv gestöbert.

Mein erster Text hieß „Danke Herr Garlichs!“ und erschien 2008. Kann sich noch jemand an den Unicef-Skandal erinnern? Das Kinderhilfswerk bekam damals das DZI-Siegel entzogen. Unicef Deutschland stand in der Kritik, weil sie Spendengelder im großen Stil verschwendet hatten, auch für völlig überzogene Beraterhonorare. Im Zuge der Debatte war die damalige Vorsitzende Heide Simonis zurückgetreten, später dann auch – etwas widerwillig, dafür umso medienwirksamer – der Geschäftsführer Dietrich Garlichs. Meine selbstverständlich ironisch gemeinte Glosse ging so:

Die Unicef-Affäre ist das Beste, was der Branche passieren konnte. Mediale Aufmerksamkeit wie lange nicht mehr. Googeln Sie mal den Begriff „Fundraising“: Hunderttausende Treffer auf Seiten aus Deutschland. Vor Unicef sah das noch anders aus. Landauf, landab steht jetzt in den Zeitungen, wie professionelles Spendensammeln funktioniert. Experten, die der breiten Öffentlichkeit bis dato unbekannt waren, werden um Statements gebeten. Wann hatte der Deutsche Fundraising-Verband schon einmal Gelegenheit, offen und unverblümt zu melden, dass es gute Arbeit nicht für lau geben kann? Wann konnten NPOs ohne DZI-Siegel bedenkenlos behaupten, dass sie gern verzichten, weil sie noch viel transparenter arbeiten? PR, die früher eher mühevoll war, stößt inzwischen auf offene Ohren in Redaktionsstuben.

Bei den gemeinnützigen Organisationen kann sich auch in der Verwaltung Offenheit durchsetzen. Beraterhonorare umzudeklarieren war vielleicht bisher gängig – nun ist es offiziell unfein und man darf auch die Geschäftsführung ungestraft dran erinnern! Die Dienstleister brauchen nicht mehr unter Provisionsdruck zu arbeiten, denn das ist jetzt dermaßen geächtet, dass sich kein Vereinsvorstand mehr damit in Verbindung bringen will. Da tun sich Möglichkeiten auf ... Auch für den Berufsverband der Fundraiser in Deutschland. Der kriegt jetzt endlich seinen „Ethik-Kodex“ fertig. Was lange währt, klappt halt spätestens unter Terminzwang.

Hm ... der letzte Satz hat auch heute noch absolute Gültigkeit. Ist sozusagen mein Lebensmotto geworden. Pünktlich zur Deadline habe ich diesen Text geliefert, naja fast.

Redaktionsschluss dieser Ausgabe vom 22.03.2024 war der 29.01.2024.

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: kanpisut@AdobeStock (MUFFIN), Phawat@AdobeStock (BLATTGOLD) | S. 4 & 16: Correctiv (LANGE-LEITLER) | S. 5 & 52: Maik Meid (MEID) | S. 5 & 72: Harald Wandl/Amnesty International (ZEHEINER-HASHEMI) | S. 6 René Grodde/at.ri.eu | S. 10: Rainer Funes | S. 13: PrettyVectors@AdobeStock | S. 14: photoworkers.ch | S. 18: christianchan@AdobeStock | S. 20: Hanna Fasching | S. 22: Torsten Becker (NEUMARKT DRESDEN) | S. 27: Tunatura@AdobeStock (VOGEL), Markus Schwer/Viva con Agua | S. 28: Annette Boutellier (BESETZT-FOTO) | S. 29: Christian Aslund/Greenpeace (MERKEL-PLAKAT), Vier Pfoten (BRIEFKÄSTEN) | S. 30: Amnesty International (FRAU IM KOFFER) | S. 31: Dawin Meckel/Ostkreuz (AUFGRUNDEN), dpa/Exit Deutschland (T-SHIRT), Oliver Klinge (ENTEN-PLAKAT) | S. 32: Misereor/CLP Hamburg (LINKS), solidar suisse (NESPRESSO) | S. 33: DGzRS/Die Seenotretter (SCHIFF) | S. 34: Volodymyr@AdobeStock (TUTU), Marko Djurica/Reuters (HAUS), Peta (TATTOO-MODELS) | S. 35: skumer@AdobeStock (ICE BUCKET CHALLENGE), Christian Husar (WIRTSCHAFT HILFT) | S. 36: SKala/Marco Urban (KLATTEN), Iuliia Metkalova@AdobeStock (GIVING TUESDAY) | S. 37: Space Frogs (LOOT) | S. 38: Markus Spiske@AdobeStock (FFF) | S. 39: Julian Peters@Zoomstorm (REICHSTAG) | S. 40: Eva Konya@SweetHome (GOLDENE KLOROLLE) | S. 42: photo@davidfrank.de (KEIN MITLEID) | S. 43: ullision@AdobeStock (GOTHIC GIRL), WDR (GLASHAUS) | S. 44: Voilksbund (FRIEDHOF) | S. 46: Paul Glaser (STEHFEST) | S. 56: Benjamin Pichelmann (GROSSES BILD), René Grodde/at.ri.eu (NITZSCHE) | S. 58: olly@AdobeStock | S. 64: Silke Weinsheimer (MALAK), Boris Rostami-Rabet (HÖWENER) | S. 65: Till Eitel (KLIMENT) | S. 66: Diakonie/Thomas Meyer (SCHUCH), Ludwig Schedl (LUTSCHINGER), Paul Seewer (PLATEL), Hermann Bredehorst (WICHMANN) | S. 67: Deutsche AIDS-Stiftung (VON FALLS), eveleen007@AdobeStock (AVATAR) | S. 68: photo 5000@AdobeStock | S. 69: Talents4Good GmbH München | S. 70: Coloures-Pic@AdobeStock | S. 71: Gertje König | S. 84: Nuchjaree@AdobeStock | S. 86: Parradee@AdobeStock | S. 89: Joern Dudek | S. 91: Stefan Sabrautzky | S. 94: Brad Pict@AdobeStock | S. 95: asm | S. 96: VectorMine@AdobeStock | S. 98: Dan Race@AdobeStock (TESTAMENT) | S. 102: darkovujic@AdobeStock | S. 106: Svitlana@AdobeStock | S. 107: Katya Taneva (MIRON), Sarah Gross (CSENGEL) | S. 112: Falko Matte @fotolia.com (OBEN) | S. 114: oza@fotolia.com | alle anderen PR / Archiv / privat

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



In Zusammenarbeit mit der



Post für Sie.



Wir machen Direct Mailings,
die richtig gut ankommen.

Bei uns kommt alles aus einer Hand: überzeugende Gestaltung in Text und Bild,
sorgfältige Datenverarbeitung und termintreue Produktion.

Neugierig?

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

fundango
Fundraising ist mehr

Wir gratulieren herzlich zur **100. Ausgabe!**

Herzlichen Glückwunsch zur 100. Ausgabe Eures herausragenden Heftes, liebes Fundraising-Magazin-Team! Wir bedanken uns für faszinierende Artikel, sinnvolle Praxistipps, inspirierende Interviews, unermüdliches Netzwerken, überzeugende Weiterbildungsangebote und so vieles mehr. Ihr habt viel dazu beigetragen, dass unsere große, kleine Fundraising-Welt wächst und gedeiht. Macht bitte weiter so. Wir sind schon sehr gespannt auf die nächsten 100 Ausgaben!



adfinitas