

FUNDRAISING magazin

Gute Daten
für
gute Taten



ISSN 1867-0563



Online-Magazin

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



Fundraising-Shop

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



Fundraising-Jobs

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

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



Liebe Leserin,
lieber Leser,

wie stark sollten sich Non-Profits abhängig machen von einzelnen Tech-Anbietern? Die Frage steht wieder stärker im Raum, seit bekannt wurde, dass der Meta-Konzern die Spendenfunktion bei Instagram und Facebook zum 1. Juli abschalten wird. Während große NGOs den Verlust dieser Peer-to-Peer-Spenden leichter verkraften, sind kleinere Vereine, die stark auf diese Spenden setzten, alarmiert. Der Wert der eigenen Datenbank rückt wieder stärker ins Bewusstsein. Moderne technische Lösungen auf der NPO-eigenen Website werden mehr und mehr nachgefragt.

Da passt es gut, dass der Schwerpunkt dieser Ausgabe „Gute Daten für gute Taten“ heißt. Wir haben für Sie ab Seite 24 einen Überblick zusammengestellt: Wo stehen NGOs im Jahr 2024 und wohin geht die Reise? Vom notwendigen Abgleich der Postadressen in der Datenbank über Metriken, die im Fundraising wichtig sind, bis hin zu digitalen Agenten der Zukunft, zeigen wir die Dimension des Themas. Außerdem erfahren Sie, wie Spenden aus dem Jenseits zustande kommen.

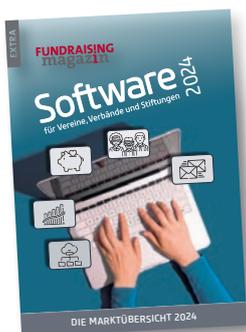
Bisher galt die Generation der Babyboomer als sichere Bank, wenn sie erst einmal ins Rentenalter eintreten. Viele Verantwortliche in Organisationen rechnen insgeheim mit diesen geburtenstarken Jahrgängen und gehen davon aus, dass die dann schon reichlich spenden werden. Warum dieses Abwarten gefährlich sein kann, zeigt unser Beitrag „Der Boomer-Boom bleibt aus“ ab Seite 20.

Hoffnung macht der Artikel „Stiftungen als politische Gamechanger“ ab Seite 50. Was die Zivilgesellschaft tun kann, um Demokratiefeinden entgegenzuwirken, fasst Dr. Maximilian Oehl gut zusammen: Wir müssen die sozialen Medien für pro-demokratische Stimmen zurückerobern! Dabei können alle mithelfen.

Eine anregende Lektüre wünscht Ihnen
Ihre

Daniela Münster

Daniela Münster
Chefredakteurin



PS: Wer das Fundraising-Magazin im Abonnement bezieht (Alles-drin-Abo), hat diesmal auch unser neues Extra-Heft „Software für Vereine, Verbände und Stiftungen 2024“ gratis im Briefkasten. In dieser aktuellen Marktübersicht finden Sie über 75 verschiedene Produkte für die Spender-, Mitglieder- oder Vereinsverwaltung im Vergleich. Wer kein Abo hat, kann das neue Extra-Heft in unserem Shop bestellen (unter www.gutes-wissen.org/shop). Für 15 Euro kommt es direkt zu Ihnen ins Haus.



Für Sie

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



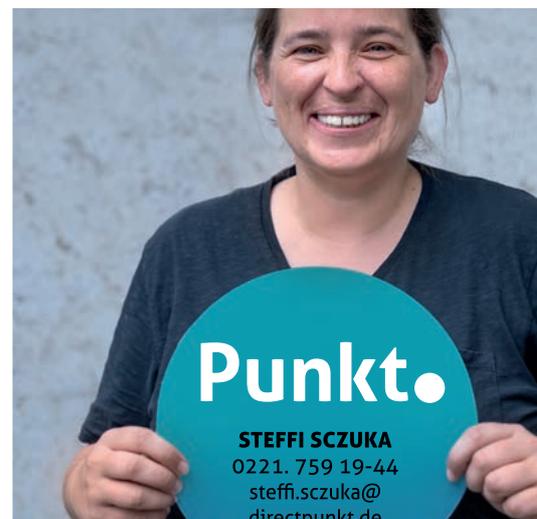
kommen
wir

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 SCZUKA
0221. 759 19-44
steffi.sczuka@
directpunkt.de

direct.

AGENTUR + LETTERSHOP

www.directpunkt.de



Thema

Digitale Agenten: effizient und schnell	26
Schon heute stehen innovative Ansätze für eine neue Ära im Fundraising	
Diese Kennzahlen sollte man kennen	28
Fundraising-Metriken: datengeleitete Entscheidungen für bessere Ergebnisse	
IT-Trends für NGOs im Jahr 2024	30
Künstliche Intelligenz, Clouds und Kommunikationskanäle	
Spenden aus dem Jenseits?	32
Warum Adressabgleich das A und O ist und wie oft dies notwendig wird	
Data-Care-Summer	34
Sommer-Aktion für erfolgreiche Mailing-Kampagnen dank sauberer Adressen	

Projekte & Stiftungen

Nachhaltiges Glück	38
Der Schweizer Verein fairunterwegs engagiert sich für guten Tourismus	
Nicht allein	40
In Wien tragen Initiativen gegen Einsamkeit nachweisbar Früchte	
„Zukunftswege Ost“	42
Zivilgesellschaftliches Engagement fördern: überall in Deutschland	
Stiftungen als politische Gamechanger	50
Was die Zivilgesellschaft tun kann, um Demokratiefreunden entgegenzuwirken	
Unterm Radar: die Treuhandstiftung	52
Weit verbreitet, beliebt und schnell – womit Treuhandstiftungen punkten	
Fragen, was gebraucht wird	54
Basis-Studien als Fundament für effiziente und nachhaltige Projektarbeit	

Praxis & Erfahrung

Klinik-Fundraising: ein Blick in die USA	76
Julie Cox aus Baltimore gibt wertvolle Impulse für Krankenhäuser in D-A-CH	
Großspenden zur freien Verfügung?	78
Erfahrungen aus den USA zeigen: Erwünscht sind Fakten statt Fiktionen.	
Mit einem Blick für Respekt	80
Die Bedeutung diskriminierungsfreier Kommunikation von NGOs	
Empathisches Texten mit KI	82
Wie Künstliche Intelligenz den Ton Ihrer Zielgruppe(n) besser trifft	
Hebel für erfolgreiches E-Mail-Marketing	84
Studie zeigt Erfolgsfaktoren für Organisationen im deutschsprachigen Raum	
Von Klick zu Klick	86
Wie man Spendende ganzheitlich anhand ihrer Onlinedaten verstehen kann	
Vertrauen nicht mit KI verspielen	88
Die Internationale Initiative Fundraising.AI hilft, ethische Standards für KI zu etablieren	

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



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

Menschen



Till Kellerhoff

... spricht über sein neues Buch „Tax the Rich“ und Gerechtigkeit 16



Ruth Williams

... ist die neue Geschäftsführerin des Fundraising-Verband Austria 44



Marc Daniel Kretzer

... ist 100 Tage im neuen Fundraising-Job 64



Wolfgang Happes

... hat unseren beliebten Fundraising-Fragebogen ausgefüllt 102

Aktuell

Der Boomer-Boom bleibt aus 20
Warum Spenden nicht mehr eine Frage des Alters ist

Ein neues Kapitel im Leben 22
Biografische Anlässe, neue Zielgruppen zum Spenden anzusprechen

Meinungen

Persönliche Gedanken 14
von Holger Menze:
Wertschätzung im Fundraising: Voice2Voice

Kommentare aus der Redaktion
von Matthias Daberstiel 6
von Rico Stehfest 36
von Ute Nitzsche 48

Köpfe & Karrieren

Neue Aufgaben 60
100 Tage im neuen Job 64

Rubriken

Schöner scheitern 13
Branche 66
Dienstleisterverzeichnis 68
Fundraising-Kalender 90
Bildung 92
Fach- und Sachbücher 96
Wissen testen & gewinnen 104
Das Letzte 106
Impressum 106

Autorinnen & Autoren

... dieser Ausgabe:

Corinna Ambrosius, Yvonne Beckers, Danielle Böhle, Matthias Daberstiel, Enzo Duit, Sonja Harken, Thomas Heimann, Michael Kesselring, Kurt Manus, Matthias Marx, Holger Menze, Daniela Münster, Ute Nitzsche, Dr. Maximilian Oehl, Jasmin Pampuch, Pia Rast, Helga Schneider, Karin Sommer, Astrid von Soosten, Rico Stehfest, Jan Uekermann

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.

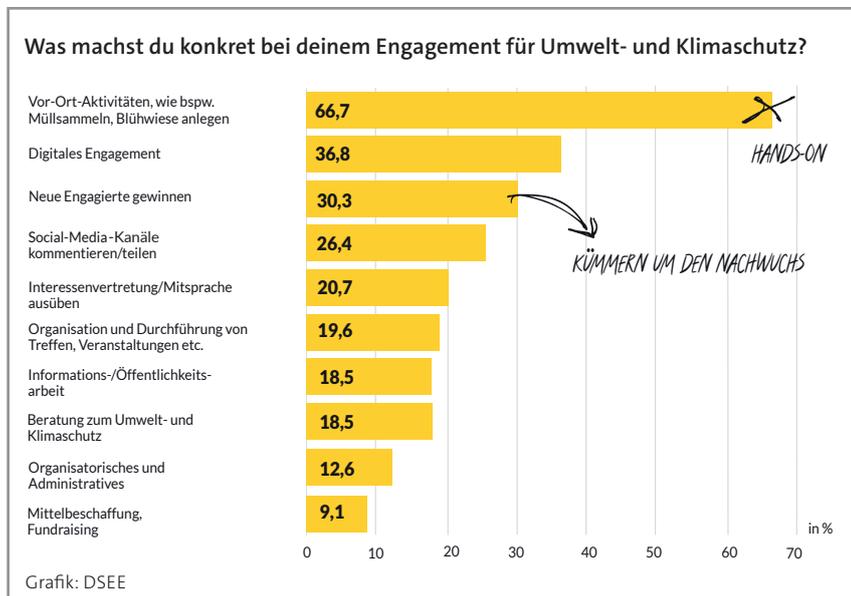
Wir freuen uns auf Sie!



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

Von Müllsammeln bis Mittelbeschaffung



Junge Menschen sind engagiert – das wissen wir nicht erst seit Fridays for Future –, wenn das Thema stimmt. Und wenn sich das Engagieren richtig anfühlt. Die Deutsche Stiftung für Engagement und Ehrenamt (DSEE) hat mit ihrer neuesten Studie „Jung und engagiert für den Klima- und Umweltschutz“ konkrete Zahlen vorgelegt, an denen sich auch Non-Profits anderer Themen orientieren können. Zentrale Erkenntnisse: Junge Menschen (befragt wurden Personen von 14 bis 27 Jahre), die sich für Klima- und Umweltthemen starkmachen, engagieren sich meist auch in anderen gesellschaftlichen Bereichen und tragen zum sozialen Zusammenhalt bei. Sie sind oft politisch motiviert, auch wenn nur ein Teil von ihnen in politischen Strukturen aktiv ist. Häufig ist der Einsatz für die Umwelt praktischer Natur, es geht ums Anpacken vor Ort – klassische Hands-on-Aufgaben, wie Blühwiesen anlegen, Bäume pflanzen, Müll sammeln. Vielfach findet es aber auch im digitalen Raum statt, zum Beispiel auf Social Media. Und immerhin neun Prozent der Befragten befassen sich auch mit der Frage der Mittelbeschaffung.

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

Und sonst so ...

Kids rocken Cover von Nine Inch Nails

Die O'Keefe Music Foundation mit Sitz in Ohio bietet Kindern kostenlosen Musikunterricht. Dabei wird aber nicht etwa dröge auf der Blockflöte aus dem letzten Loch gepfiffen. Das kann man auf dem YouTube-Kanal der gemeinnützigen NGO sehen: In einem Clip haben die Kids jede Menge Spaß, während sie zu einer (kinderfreundlich umgetexteten) Coverversion von „Wish“ von den Nine Inch Nails eine Geburtstagsparty rocken. Und das ist nicht das einzige Video, das zeigt, was die Kids draufhaben.

► okmusicfoundation.org

MEINE MEINUNG

Zehn Jahre Attac-Urteil – Shrinking Spaces auch in Deutschland?

Ein Kommentar von MATTHIAS DABERSTIEL



Im Fundraising wertschätzen wir die Beteiligung der Spenderinnen und Spender an unseren Projekten. Umso irritierender ist

es, wie wenig die Politik den Beitrag gemeinnütziger Organisationen für unsere Gesellschaft zu schätzen weiß. Von öffentlichkeitswirksamem Schulterklappen mal abgesehen, haben sich die Rahmenbedingungen der Zivilgesellschaft kaum verbessert. Sogar eher verschlechtert. Offenbar ist dem Staat mehr an Kontrolle gelegen als an Zusammenarbeit.

Vor zehn Jahren gab es das Attac-Urteil: Die Organisation verlor ihre Gemeinnützigkeit, weil sie sich publikumswirksam auch für nicht gemeinnützige Themen wie global gerechte Ökonomie und Menschenrechte engagierte. Mittlerweile liegt der Fall beim Verfassungsgericht in Karlsruhe – seit 2021. Doch eine Lösung für die politische Betätigung gemeinnütziger Vereine und Stiftungen gibt es bis heute nicht, obwohl sie vollmundig im Koalitionsvertrag angekündigt wurde.

Die deutsche Zivilgesellschaft wird so weiter mundtot gemacht. In Zeiten zunehmender gesellschaftspolitischer Debatten können sich die Non-Profit-Organisationen nicht öffentlich Gehör verschaffen. Sie müssen dann befürchten, ihre Gemeinnützigkeit durch staatliche Finanzbeamte zu verlieren. In Ländern wie Ungarn, Russland oder der Türkei nennt das Deutschlands Bundesregierung „Shrinking Spaces“ und kritisiert die Länder dafür. Aber haben wir das nicht längst auch hier?

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

GEMEINSAM STARK GEGEN RECHTS! DEIN BESUCH ZÄHLT!

Setze mit uns ein eindeutiges Zeichen für Vielfalt, Toleranz und eine offene Gesellschaft. Für alle Standbesucher spenden wir in deren Namen jeweils 5 Euro an Kein Bock auf Nazis.

Einfach am Stand vorbeischauen, Namen dalassen und wir spenden!

Gemeinsam mit Kein Bock e.V. bauen wir eine Mauer gegen rechte Angriffe auf unsere Werte.

Deine Teilnahme verstärkt unsere Botschaft:

**Für eine offene, bunte
und freie Gesellschaft!**



Außerdem bieten wir Dir ein abwechslungsreiches Pausen-Programm:

-  Marketing Automation mit DIE FUNDRAISER by Qmart
-  Spendenwidgets und Charity Shop mit The Cookie Labs
-  Produkt-Demos der FundraisingBox

FUNDRAISINGBOX 



diefundraiser
by Qmart

Drei Fragen an ... Kathrin Ranegger



Die Plattform für Freiwilligenarbeit „The Good ones“ bringt NGOs, Verbände und Stiftungen zusammen.

Kathrin Ranegger ist Leiterin von „The Good Ones“, einem Sozialunternehmen mit Ursprüngen in den Niederlanden. Sie engagiert sich für die Förderung des sozialen Engagements in der Gesellschaft und für die Bereitstellung von Ressourcen für den sogenannten Dritten Sektor in Deutschland, die aufgrund von Ressourcenknappheit oft unzugänglich sind.

1 „The Good Ones“, das klingt nach Gutmensch. Seid ihr das?

Das Wort Gutmensch hat ja eine negative Assoziation. Als jemand, der übertrieben Gutes tut, um dafür Anerkennung zu bekommen und moralisierendes Verhalten äußert. Unser Name hingegen steht für das Bestreben, Gutes zu tun und zur Welt beizutragen – ganz aus innerem Antrieb. Viele Menschen teilen diese Ambition. Wir schaffen den Raum, in dem sich Menschen finden können, die Gutes tun, um so noch mehr Gutes zu tun.

2 Wie helfst ihr konkret gemeinnützigen Organisationen?

Wir bauen die Brücke zwischen gemeinnützigen Organisationen und freiwilligen Experten, die auf Zeit ihre Fähigkeiten einbringen wollen. So wird Expertise in Fachbereichen wie zum Beispiel Marketing, Öffentlichkeitsarbeit und IT verfügbar, die sonst oftmals aufgrund von Ressourcenmangel unmöglich wäre. Diese Unterstützung kann sowohl auf strategischer als auch auf operativer Ebene stattfinden.

3 Was müssen Organisationen dafür tun und was kostet es?

Gemeinnützige Organisationen können Mitglied bei uns im Netzwerk werden. Wir sehen uns nicht rein als Vermittlungsplattform, sondern als strategischen Partner und bieten laufende Beratung und persönliche Unterstützung bei der Arbeit mit Freiwilligen. Die Mitgliedschaft für ein Jahr beläuft sich auf knapp 210 Euro pro Monat. Wir ermutigen alle Organisationen, groß oder klein, zu einem kurzen Austausch darüber, ob und wie professionelles ehrenamtliches Engagement für sie funktionieren könnte. ▣

► www.thegoodones.io

oneFIT®
solutions of passion

EC
CONSULTING



Der Wegweiser für Ihr Fundraising

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

Kurzgefasst ...

Kostenloses Konto für NGOs in Österreich

Wer Mitglied des „Bündnis für Gemeinnützigkeit“, Träger des Österreichischen Spendengütesiegels oder auf der Liste spendenbegünstigter Einrichtungen des Finanzministeriums eingetragen ist, kann ab sofort bei der UniCredit Bank Austria ein Spendenkonto mit gratis Kontoführung nutzen. Auch mit der ERSTEBank laufen weiter Verhandlungen für diesen Service.

► www.gemeinnuetzig.at

Über zwei Milliarden Franken

Trotz eines leichten Rückgangs der 2023 getätigten Spenden in der Schweiz bleiben laut Zewo wohl zum vierten Mal in Folge die Zahlen über der Grenze von zwei Milliarden Franken. Der prognostizierte Gesamtwert der Spenden beläuft sich auf rund 2,2 Milliarden Franken. Die NGOs mit dem Zewo-Gütesiegel haben rund 1,4 Milliarden Franken erhalten.

► www.zewo.ch

„MitteBitte“: Initiative für Demokratie und Freiheit

Das Aktionsbündnis „MitteBitte“ engagiert sich parteipolitisch unabhängig für Demokratie. Die Initiative setzt sich für die Aktivierung der gesellschaftlichen Mitte ein, um Zusammenhalt und Freiheit zu fördern. Durch die Bereitstellung von Materialien und die Unterzeichnung eines offenen Briefs bietet „MitteBitte“ die Möglichkeit, für eine offene Gesellschaft einzutreten.

► www.mittebitte.de

Branchen-Dialog für Bürgerbeteiligung

Der Fachverband Bürgerbeteiligung lädt am 17. und 18. Oktober 2024 zum ersten Branchen-Dialog in die Stadtwerkstatt Berlin. Gemeinsam mit Akteuren aus benachbarten Branchen und Handlungsfeldern soll das Berufsfeld Bürgerbeteiligung erkundet und über Angebote der Aus-, Fort- und Weiterbildung nachgedacht werden. Die Veranstaltung ist kostenfrei.

► www.fvbb.info/termin/branchendialog-buergerbeteiligung

Malteser helfen Menschen ohne Krankenversicherung

An den 18 Standorten der „Malteser Medizin für Menschen ohne Krankenversicherung“ stellten sich 2023 von den 15 000 Patientinnen und Patienten 6700 erstmalig vor. Von diesen Erstpatienten waren 52 Prozent Frauen. 1100 Kinder und Jugendliche, 600 Schwangere und fast 900 Menschen über 60 Jahre suchten Rat bei dem überwiegend ehrenamtlichen medizinischen Fachpersonal.

► www.malteser.org

Mailings, die ankommen



SAZ – Ein ganzes Fundraising-Universum

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

Besuchen Sie uns vom
3. bis 5. Juni auf dem
Fundraising Kongress in Berlin

DEUTSCHER
FUNDRAISING
KONGRESS
2024

 **SAZ**®

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



Oft sind die simpelsten Ideen die besten. Die Organisation Terre des Femmes hat dieses Plakat neben der „strapazierten“ Statue der Julia Capulet am Münchner Marienplatz aufgestellt. Botschaft: Die ständigen Berührungen ihrer Brust haben sichtbare Spuren hinterlassen. Ihr Pendant in Verona hat mittlerweile sogar ein kleines Loch. Steter Tropfen ... Genau so sehen Grenzüberschreitungen aus. Dagegen geht die Frauenrechtsorganisation vor. Sie klärt mit ihrer Kampagne darüber auf, was als sexuelle Belästigung gilt und wo sich Frauen Hilfe holen können.

► www.unsilence-the-violence.de

110 Millionen
Euro

Laut Hochrechnung des Fundraising-Verband Austria haben Testamentsspenden im Vorjahr 110 Millionen Euro für gemeinnützige Hilfsprojekte von Organisationen eingebracht. Jeder zehnte Spenden-Euro stammt somit bereits aus einem Testament. Dabei hat sich im vergangenen Jahrzehnt das Aufkommen an testamentarischen Spenden in Österreich mehr als verdoppelt. In rund 2000 Testamenten pro Jahr sind gemeinnützige Vereine als Erben oder Vermächtnisnehmer eingesetzt. Laut Verband ist jede fünfte Person über 40 offen für eine gemeinnützige Erbschaft.

► www.fundraising.at

1 Milliarde
Euro

Die DAX-40-Konzerne geben pro Jahr insgesamt eine Milliarde Euro für ihr gesellschaftliches Engagement aus. Eine Studie des Berliner Beratungsinstituts Wider Sense hat untersucht, ob darin tatsächlicher Mehrwert für Umwelt und Gesellschaft besteht. Das Ergebnis: Vor allem, wenn Unternehmen ihre eigene Expertise einbringen, ist der Impact deutlich. Untersucht wurde unter anderem, wie strategisch die DAX-Unternehmen in ihrem Corporate Citizenship vorgehen, um Wirkung für die Gesellschaft zu erzielen. Die komplette Studie gibt es kostenlos unter

► www.widersense.org

100 000
Euro

Der Arzneimittelhersteller Engelhard ist bereits seit einigen Jahren auf dem ukrainischen Markt tätig und möchte gezielt Hilfsprojekte für ukrainische Kinder und Familien unterstützen. Aus diesem Grund hat das Unternehmen eine Spende in Höhe von 100 000 Euro an die Olena-Selenska-Stiftung getätigt, die von der First Lady der Ukraine gegründet wurde. Das Geld wird direkt von der Stiftung unter anderem für Heizgeräte, Generatoren, IT-Ausrüstung und Gegenstände des Alltags eingesetzt. Die Spende nahm stellvertretend der Botschafter der Ukraine, Oleksii Makeiev, entgegen.

► www.zelenskafoundation.org

Von Non-Profit zu Full-Attention.

Ob online oder offline: Mit uns werden Spendenaufrufe sichtbar.

Werbung, die ankommt. **Post Advertising.**
post.ch/advertising



In Zusammenarbeit mit unseren Werbespezialistinnen:



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



Schöner scheitern

... mit zwei Kanonen



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.

Im Jahr 2020, genau auf dem Höhepunkt der Corona-Pandemie, begann ich meinen neuen Job im Bereich Fundraising. Unter anderem bin ich für unseren sehr aktiven Ehrenamtsbereich zuständig, der jedoch während der Pandemie nahezu zum Stillstand kam. Schon während der Einarbeitungsphase, die größtenteils remote ablief, fiel es mir schwer, die neuen Eindrücke und die Fülle an Informationen zu verarbeiten sowie meine neuen Kolleginnen und Kollegen kennenzulernen. Mein Kalender war randvoll mit Vorstellungsrunden und Fachterminen, und mein Telefon klingelte ständig.

Zusätzlich erhielt ich aus dem Ehrenamt immer wieder Briefe mit Fundraising-Ideen. Ein geschätzter ehrenamtlicher Kollege schickte mir einen Brief mit Fotos einer alten selbstgebauten Kanone – ein riesiges Gerät, das normalerweise auf den Mauern einer Burg steht und die Festung schützen soll. Er fragte, ob wir als Organisation zwei dieser 150 Kilogramm schweren Kanonen verkaufen wollen. Der Erlös sollte dann zu 100 Prozent unserer Organisation zugutekommen. Ich erinnere mich daran, dass ich meinen Geschäftsführer darauf ansprach, und wir waren uns einig, dass wir diese Kanonen nicht in unserem Namen verkaufen können.

In den ersten Monaten meiner neuen Tätigkeit war die Belastung sehr hoch. Kaum hatte ich das Büro des Geschäftsführers verlassen, klingelte das Telefon erneut, neue E-Mails warteten darauf, beantwortet zu werden – und meine Rückmeldung an den ehrenamtlichen Kollegen ließ auf sich warten. Im Nachhinein betrachtet war es mir unangenehm, eine Absage zu erteilen. So vergingen etwa sechs Monate, bis ich den Kollegen, den ich aufgrund der Corona-Einschränkungen zuvor nie persönlich kennengelernt hatte, auf einer Veranstaltung traf. Ich stellte mich vor, und er sagte: „Ach, Sie sind der Neue, der nicht auf meinen Brief reagiert hat.“ Die Situation war unangenehm, ich entschuldigte mich und lud ihn auf einen Kaffee ein. Er erzählte mir, dass er auch bei einer anderen Organisation im Ehrenamt tätig ist und die 20 000 Euro, die er durch den Verkauf der Kanonen erhalten hatte, nun an seine zweite Lieblingsorganisation gespendet hat.

Jetzt plane ich bewusst jede Woche Zeit in meinem Kalender ein, um nicht nur an meinen Priorität-A-Projekten zu arbeiten, sondern auch die Prioritäten meiner ehrenamtlichen Kolleginnen und Kollegen besser zu verstehen, wertzuschätzen und diese zeitnah per Telefon, E-Mail oder Post zu bearbeiten. ▣

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

KLEINER PREIS, GROSSE WIRKUNG.

Verstärken Sie Ihre
Spendenbriefe.



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

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



www.lupenmaxx.de

+49.7661.9099880
info@lupenmaxx.de

Wertschätzung im Fundraising: Voice2Voice

Persönliche Gedanken von Holger Menze

„Spiel nicht mit den Schmutzdelkindern, sing nicht ihre Lieder“ ... Menschen einer bestimmten Generation kennen dieses Lied von Franz-Josef Degenhardt, und aus so einer Familie komme ich in etwa. Daher scheint es nur folgerichtig, dass ich – wenn schon, denn schon – im Bereich Telefon-Fundraising gelandet bin. In den Nullerjahren war man ein Exot in diesem Metier und wurde eher durch die Hintertür gemeinnütziger Organisationen empfangen, als habe man gestohlene Edeluhren an die Innenseite seines Trenchcoats geheftet. Ab circa 2008 gab es dann so langsam die Unterscheidung zwischen den Organisationen, die (viel und erfolgreich) telefonierten, und anderen, die sich immer noch partout dagegen sträubten.

Erst in der Pandemie wurde der tatsächliche Nutzen dieses Fundraising-Tools so richtig ersichtlich: Die Leute waren zuhause, wollten reden, wollten helfen. Doch selbst hier gab es pseudo-ethische Diskussionen, ob man denn während einer tödlichen Pandemie zu Nachlässen telefonieren dürfe? Natürlich, wann denn sonst?

Selbst heute noch, in einer Zeit, in der die Zahl der Menschen, die spenden, rückläufig ist, begegnet man diesem unterschweligen Misstrauen gegenüber Spendengesprächen am Telefon. Jede Beschwerde landet sofort auf meinem Schreibtisch mit der Vermutung, wir hätten Schreckliches gesagt am Telefon, gelogen, betrogen, über den Tisch gezogen.



Vielleicht ist es einfach eine Frage der Assoziationen und der Zuordnung. Die Bezeichnungen für Face2Face und Door2Door richten sich an die Orte der Kommunikation und heißen daher auch nicht „Tablet-Fundraising“. Warum also nicht Voice2Voice-Fundraising? Denn Telefon und Tablet sind lediglich Mittel zum Zweck und beinhalten längst nicht die vielen Facetten, die Voice2Voice-Fundraising implementiert. Niemand spendet an Elektronik, sondern immer der Person, mit der geredet wird. „People give to People“ ist eine Weisheit so alt wie das Fundraising selbst, ganz unabhängig vom Kanal, den man wählt.

Für eine Organisation haben wir kürzlich einen rüstigen älteren Herrn angerufen, der jährlich 250 Euro spendet. Nein, er wollte

keine fortlaufende Einzugsgenehmigung erteilen und auch nicht jetzt am Telefon eine einmalige Spende tätigen. Es war ein wertschätzendes Gespräch auf Augenhöhe. Am nächsten Tag hat er der Organisation 1000 Euro überwiesen.

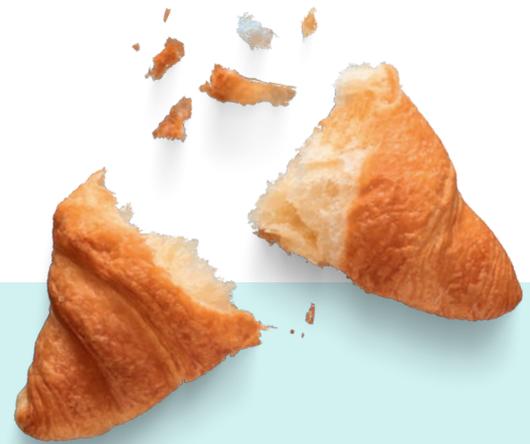
Voice2Voice ist also nicht nur die korrektere Bezeichnung für ein Fundraising-Instrument, das sich vollends auf den Einsatz der Stimme konzentriert, sondern lenkt zusätzlich den Fokus der Agents auf die besondere Verantwortung (und Macht), die der Einsatz ihrer Stimmen bedeutet. Wer sich also hinter dem Telefon versteckt, wird nicht erfolgreich sein können in einem sehr persönlichen Gespräch über Einsatz von Spendengeldern bis hin zu einer Entscheidung bezüglich eines Vermächtnisses. ▣

Holger Menze ist seit fast 20 Jahren dem Telefonfundraising verbunden. Er ist einer der Mitbegründer der FRC Spenden Manufaktur GmbH in Berlin, die seit 2004 besteht. Seit 2009 ist er dort als Geschäftsführer tätig. In den vergangenen Jahren hat er mit diversen internationalen NGOs zusammengearbeitet und kennt die Vorzüge und Risiken des Telefonfundraisings im Detail.

► www.spenden-manufaktur.de

1. Die Fundraiser Gipfeli

diefundraiser
by Qmart



14.06.2024
09:00 - 12:30 UHR

PÄDAGOGISCHE
HOCHSCHULE ZÜRICH

Pro bono für Teilnehmende aus NPOs

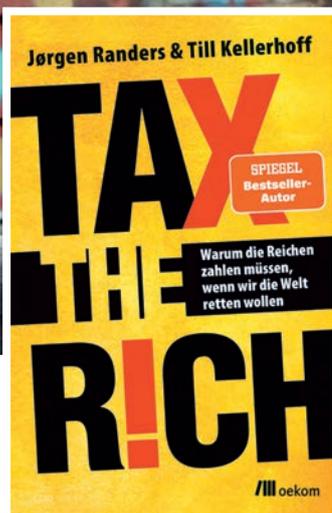
Digital Expert:innen zeigen:
**die Bedeutung von KI für Ihr Fundraising
mit Erfolgscases von:**



Jetzt anmelden!

LIMITIERTE PLÄTZE

„Erbenschaften sind das Sinnbild



Till Kellerhoff ist Programmdirektor des Club of Rome. Zusammen mit Jørgen Randers tritt er in ihrem gemeinsamen Buch „Tax the Rich“ für eine Reichensteuer ein. Im Gespräch mit unserem Redakteur Rico Stehfest erläutert er, warum dieser Ansatz nicht nur immens zur Bekämpfung der Klimakrise beitragen, sondern auch noch aktuelle soziale Spannungen ausgleichen könnte. Denn Gerechtigkeit, so Kellerhoff, ist auch mit begrenzten Ressourcen möglich.

von leistungslosem Einkommen“

? Ihr Buch „Tax the Rich. Warum die Reichen zahlen müssen, wenn wir die Welt retten wollen“ behandelt ein Thema, das nicht nur komplex ist, sondern auch sehr akute Herausforderungen aufgreift. Wer sollte das Buch lesen?

Das Ziel ist wirklich, diese Debatte über Steuern, über Ungleichheit, über Klimawandel – die sich ja oft kompliziert anhört – einer breiten Öffentlichkeit verfügbar zu machen. Ich glaube, oft wird Ökonomie als eine unverstandene Wissenschaft betrachtet, wo man sich erst mal durch Zahlenkolonnen wälzen müsse, um überhaupt mitreden zu können. Aber gerade das Steuersystem dreht sich ganz viel um fundamentale Gerechtigkeitsfragen, die jede und jeden was angehen.

? Die Menschen, die mit Abstand über das meiste Kapital verfügen, haben aufgrund ihres Lebensstils auch einen enorm großen CO2-Fußabdruck. Im Vorwort zu „Tax the Rich“ schreibt Marlene Engelhorn von einem Mangel an Verantwortungsbewusstsein. Sieht es so aus, dass sich jene Menschen aus ihrer gesellschaftlichen Verantwortung herauskaufen?

Uns ist wichtig, dass es hier nicht um irgendwelche individuellen Schuldzuweisungen geht, dass Reiche grundsätzlich nichts Anständiges mit ihrem Geld anstellen würden oder dass es eh immer unfair sei, dass es Reiche überhaupt gibt. Es geht darum, dass es eine systemische Verbindung gibt zwischen Ungleichheit und der Klimakrise und dass diese systemische Krise durch gesellschaftliche, politische Maßnahmen auch geändert werden kann. Es gibt viele reiche Menschen, die natürlich viel Gutes tun mit ihrem Geld. Aber wie Marlene Engelhorn ja auch betont, findet es eben nicht immer demokratisch statt. Wir müssen bei Reichtum einfach sehen, dass er ja nicht aus dem Nichts generiert wird, sondern immer auf gesellschaftlichen Bedingungen beruht. Eine Gesellschaft stellt gute Infrastruktur zur

Verfügung, stellt gute Straßen zur Verfügung, stellt den Strom zur Verfügung und so weiter. Und dadurch ist gesellschaftlicher Reichtum, der angehäuft wird, immer ein Gemeinschafts-

„Man kann gar nicht so viele Bambuszahnbürsten kaufen, um die Flüge von Privatjets zu kompensieren“

produkt, und die Gesellschaft muss dann schauen, wie sie das verteilen will. Für Reiche, die in einer Gesellschaft leben, die nicht durch klaffende Ungleichheit auseinandergeht, herrschen bessere Lebensbedingungen. Deswegen gibt es einige Reiche, die sich in Organisationen wie Tax me Now oder Patriotic Millionaires engagieren und die sagen: „Hey, wir wollen, dass ihr uns besteuert.“

? Sie betonen im Buch, dass der freie Markt diese Probleme nicht lösen kann. Also soll der Staat die Verantwortung übernehmen. Was braucht es Ihrer Meinung nach, um den Staat Deutschland davon zu überzeugen, hier aktiv zu werden?

Realitätssinn wäre ein guter Startpunkt. Ich glaube, wir sind gerade in Deutschland in der abstrusen Situation, dass wir glauben, die Transformation bewältigen zu können, ohne neue Steuern aufzusetzen und ohne neue Schulden aufzunehmen. Wir führen Fantasie-Debatten darüber, dass man mit ein bisschen Kürzung bei ökonomisch Schwachen das schon irgendwie hinkriegen würde. Das wird nicht aufgehen.

Wir wissen, dass die Transformation, die die nächsten zehn Jahre hin zu erneuerbaren Energien geschehen muss, viel Kapital benötigt und dass Staaten da eine wesentliche Rolle zu tragen haben, da Arbeit und Kapital

sonst nicht schnell genug in die relevanten Sektoren fließen. Das heißt, dass Staaten sich darüber bewusst sein müssen, dass es eben noch eine unausgeschöpfte Einnahmequelle gibt, die auch einer gesellschaftlichen Polarisierung entgegenwirken kann. Es ist ein ganz wichtiger Punkt, dass Ungleichheit auch zu dysfunktionalen Systemen beiträgt und zu Polarisierung innerhalb von Gesellschaften. Wir wissen, dass sich AfD-Wähler überproportional ökonomisch abgeschlagen fühlen, dass sie das Gefühl haben, es gehe ungerecht in diesem Land zu. Wenn man das mit reinnimmt und Besteuerung und Verteilung auch als ein Gerechtigkeitsargument nimmt, um populistischen Bewegungen den Wind aus den Segeln zu nehmen, dann sollte es auch mehr Offenheit von staatlicher Seite geben.

In Deutschland sagen die meisten Parteien – und im Übrigen auch die meisten Ökonomen –, wir sollten die Erbschaftssteuer verändern. Es gibt dafür eine Art Grundkonsens. Wenn man mit dem Ansatz rausgeht, Leistung muss sich lohnen, dann sollte man eigentlich für eine sehr hohe Erbschaftssteuer sein. Erbschaften sind das Sinnbild von leistungslosem Einkommen.

? Das klingt so plausibel, dass es geradezu einfach zu sein scheint. Warum ist der Staat Ihrer Meinung nach dann nicht schon in dieser Richtung unterwegs?

Ich glaube, es hängt viel damit zusammen, dass wir noch in den Ausläufern einer ökonomischen Ideologie der 1990er Jahre stecken, die man als Neoliberalismus bezeichnen kann und für die veraltete Grundansätze galten: weniger Staat, mehr Deregulierung, geringere Steuereinnahmen, weil die Wirtschaft dann vor allem aus freien Marktkräften bestehe. In Deutschland gibt es außerdem gerade bei der Erbschaftssteuer sehr starke Lobbyinteressen, die sich dagegen aussprechen. Bei der Vermögensbesteuerung muss man aufpassen, dass Kapital nicht flieht, weswegen... ►

... internationale Koordinierung wichtig ist. Diese Maßnahmen zu finden und die richtigen Stellschrauben zu setzen, ist möglich und wird auch auf internationaler Ebene immer ernsthafter diskutiert.

? Werden „die Reichen“ dann nicht auf die Barrikaden gehen?

Die Gefahr für unsere Demokratie und unser Zusammenleben kommt gerade eher dadurch, dass andere auf die Barrikaden gehen, nämlich Leute, die das Gefühl haben, von unserem Wirtschaftssystem nicht mehr richtig zu profitieren. Die momentan das Gefühl haben, von unserem ökonomischen System ausgegrenzt zu sein und überproportional viel zu den Kosten der Energietransformation beitragen zu müssen. Und die Polarisierung, die wir auf den Straßen sehen, das ist die eigentliche Gefahr! Wenn man die Besteuerung von hohem Vermögen nimmt, dann kann es natürlich sein, dass ein paar Reiche androhen, das Land zu verlassen. Es wird Ausweichverhalten geben, es wird weiter Lobbyarbeit dagegen geben. Ich glaube auch, es wird weiterhin versucht werden, ein bisschen mit Ängsten von Menschen zu spielen. Aber inzwischen sagen viele Vermögende selbst, dass ihnen ein gesellschaftlicher Zusammenhalt wichtig ist.

? Wie ließe sich das Thema Vermögensbesteuerung denn global angehen? Wie kann man es schaffen, dass „alle“ Staaten an einem Strang ziehen?

Das Hauptproblem, dass bei einer höheren Besteuerung in einem Land Einzelpersonen oder Unternehmen auswandern können, ist gegeben. Wir sehen aber viel Fortschritt in der letzten Zeit. Wir sehen, dass es die OECD-Mindestbesteuerung gibt; übrigens maßgeblich mit vorangetrieben von Olaf Scholz. Gleichermaßen sehen wir, dass diese Debatte jetzt auch in Bezug auf Einzelpersonen Fahrt aufnimmt. Beim letzten G20-Treffen war unter anderem eine Gruppe von Ökonomen dabei, die sich mit Plänen beschäftigt haben, wie man eine globale Mindeststeuer von zwei Prozent für Milliardäre einführen könnte. Das würde nur 3000 Personen auf der Welt treffen, könnte aber zusätzliche Einnahmen von 250 Milliarden Euro bedeuten. Die Bewegung

ist also da. Wir müssen unsere Wirtschaft umstellen. Deswegen glaube ich, dass Staaten global ein Interesse daran haben, diesen Weg gemeinsam zu beschreiten. Ich bin optimistisch, dass es dabei auch zu mehr globaler Kooperation kommen wird.

? In Ihrem Buch weisen Sie immer wieder auf die Gefahr eines sozialen Kipppunktes hin. Aber nicht alle AfD-Wähler nehmen sich selbst als abgehängt war und sind es auch nicht. Wo liegt die Ungleichheit dann tatsächlich?

Einerseits gibt es einen gewissen Wählersatz, die die AfD eben nicht aus Protest wählen oder aus ökonomischen Abstiegsängsten, sondern einfach wirklich aufgrund von ideologischen Gründen, sei es Ausländerfeindlichkeit. Ich glaube ehrlicherweise, viele von diesen Menschen sind dann auch nicht mehr abzuholen.

Darüber hinaus gibt es aber doch mehr und mehr Menschen, die ökonomische Zukunftsangst haben, obwohl es ihnen momentan gar nicht so schlecht geht. Sie haben Angst, dass die Transformation dazu führt, dass sie ihren Job verlieren, dass wir mit der Transformation nicht sozial gerecht umgehen werden können. Und da spielen die ökonomische Sicherheit und die Stabilität im Land genauso eine Rolle wie das Gefühl, dass es gerecht zugeht beim Teilen der Kosten, die wir für den Klimawandel aufstellen müssen. Besteuerung ist da nur ein (!) Faktor. Man kann damit trotzdem sehr stark zu einem Gerechtigkeitsgefühl beitragen.

? Wir wünschen uns alle, dass es gerecht und fair in der Welt zugeht. Aber Ungerechtigkeit haben wir zu allen Zeiten überall erlebt. Warum ist das gerade jetzt ein Problem?

In den letzten Jahren gab es sinkende Reallohne bei unteren und mittleren Einkommenschichten, während Vermögen von Milliardären nach oben geschossen sind. Das ist ein Warnsignal, denn der Grad der Ungleichheit ist eine politische Frage. Das ist nichts, was einfach so automatisch feststeht oder passiert. In Deutschland beispielsweise haben wir heute die Situation, dass die reichsten zehn Prozent ungefähr 60 Prozent des Vermögens besitzen und das eine der Superreichen über

ein Drittel des gesamten Vermögens. Momentan können wir diesen Grad der Ungleichheit nur noch schwer rechtfertigen, weil er von den Menschen nicht als fair empfunden wird und weil er nicht dazu beiträgt, dass wir die Transformation unserer Wirtschaft hinbekommen. Das heißt, Ungleichheit gibt es immer. Es geht auch nie ganz fair zu. Aber wir können als Gemeinschaft selbst die Stellschrauben setzen, mit dem Grad der Ungleichheit umzugehen und zu fragen: „Wie viel sind wir zu akzeptieren bereit?“

? Wenn zur Lösung dieser komplexen Herausforderungen nur ein so geringer Anteil der Bevölkerung, also die Reichen und Reichsten, in den Blick genommen wird, entlässt das einen Großteil der Bevölkerung aus der Verantwortung?

Die Verantwortung für die Klimakrise ist eine systemische Frage und keine individuelle. Wir sehen in Deutschland, dass der CO₂-Fußabdruck der unteren 50 Prozent ungefähr 20-mal niedriger ist, als der des einen Prozents der Superreichen. Da wird klar: Man kann gar nicht so viele Bambuszahnbürsten kaufen, um die Flüge von Privatjets zu kompensieren. Es ist super, wenn Menschen, egal welcher Einkommensschicht, versuchen, ihren Lebenswandel daran anzupassen und sich auch politisch dafür einsetzen, dass Veränderungen geschehen. Aber ich glaube, dass die Möglichkeiten in dieser breiten Bevölkerungsschicht eben ein bisschen geringer sind, weil es sich um eine systemische Krise handelt, die systemischer Veränderungen bedarf. Wir brauchen vor allem eine Umstellung unserer Energiesysteme, unseres Verkehrs, der Mobilität und der Industrie. Man wird die Welt nicht dadurch retten, dass man nur seinen individuellen Konsum umstellt. Diese unterschiedliche Verantwortlichkeit für die Klimakrise, in der wir sind, ist entscheidend in der Debatte. ■

Jørgen Randers, Till Kellerhoff:

Tax the Rich. Warum die Reichen zahlen müssen, wenn wir die Welt retten wollen.

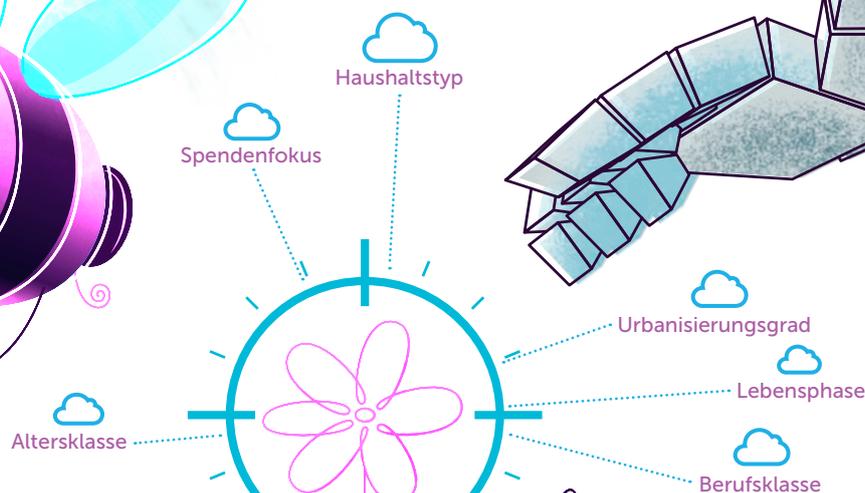
Mit einem Vorwort von Marlene Engelhorn. Oekom-Verlag, 2024. 112 Seiten.

ISBN 978-3-98726-067-4.

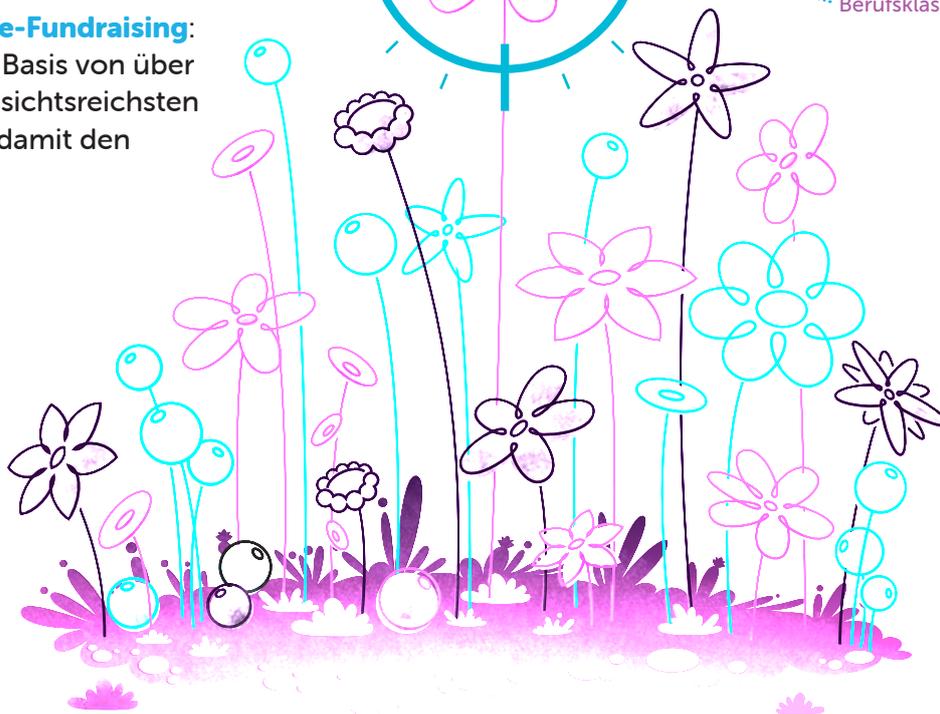
[D] 14,00 Euro, [A] 14,40 Euro, CHF 21,90.

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.





Der Boomer-Boom bleibt aus

Warum Spenden nicht mehr eine Frage des Alters ist

Aktuell spenden immer weniger Menschen. In Deutschland sank die sogenannte Spender-Quote laut Deutschem Spendenrat auf 25 Prozent. Das heißt, nur noch jeder Vierte spendet. Dabei sollte doch mit dem Eintreten der geburtenstarken Jahrgänge in das Rentenalter alles besser werden.

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Spricht man mit alten Hasen im Fundraising, so ist oft der Satz zu hören: „Lass doch die 50-Jährigen erst mal in die Rente kommen, dann spenden die schon.“ Vergleicht man jedoch die Spenderquoten des Jahres 2013 und des Jahres 2023 anhand der Zahlen der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) und des Deutschen Spendenrates miteinander, so fällt ein besorgniserregender Trend auf: Die Spenderquote bei den Älteren sinkt dramatisch.

Die GfK erhebt nur Spenden bis zu 2500 Euro – erfasst also eher die Klein- und Mittelspenden, die aber die Masse der spendenden Personen darstellen. Im Jahr 2013 spendeten

in der spendenstärksten Altersgruppe 70+ noch 73 Prozent der Deutschen. Das sind fast drei Viertel. Die gehörten der sogenannten Wiederaufbaugeneration an und sind heute weit über 80 Jahre alt. Viele NGOs berichten, dass sie immer noch die größte Spendergruppe bei ihnen stellen. Nur zehn Jahre später, 2023, lag der Anteil der Altersgruppe 70+ nur noch bei 46 Prozent. Das heißt, die damals noch 60-Jährigen sind zwar „in ein Spendenalter“ gekommen, fangen aber keineswegs jetzt plötzlich an zu spenden, nur weil sie Rentner sind.

Spendenquote im Sturzflug

Besonders alarmierend sind diese fallenden Spendenquoten deshalb, weil die sogenannten Babyboomer, die jetzt ihr aktives Arbeitsleben beenden oder schon in Rente sind, zu den geburtenstärksten Jahrgängen des Landes zählen. Die Formel „mehr Menschen = mehr Spenden“ funktioniert aber nicht. Waren es 2013 noch neun Millionen Spenderinnen und Spender in der Alters-

gruppe der 70-Jährigen, sind es heute nur noch 5,4 Millionen.

Und in der Gruppe der 60- bis 69-Jährigen sieht es nicht anders aus. 2013 spendeten in dieser Altersgruppe noch 55 Prozent. Heute nicht mal mehr ein Drittel (31%). Interessant ist hier noch ein Kreuz-Vergleich. Die im Jahr 2013 50-Jährigen spenden heute als 60-Jährige mit genau demselben Anteil: etwa 30 Prozent.

Kaufkraft zu gering?

Gerade erst wurde ein „Meilenstein“ von Deutschlands Arbeitsminister Hubertus Heil verkündet: 34 Jahre nach der Wiedervereinigung sind die Renten in Ost und West angepasst. Sie stiegen gerade um fast fünf Prozent. Spenden ist ja auch eine ökonomische Entscheidung, was den alljährlichen Spendenrun zu Weihnachten erklärt. Da weiß man, was man ausgeben kann.

Ist die Kaufkraft der Rentner so gering, dass sie nicht spenden? Eine Studie der PwC hat die Kaufkraft von Rentnern untersucht

und kommt zu erstaunlichen Ergebnissen. Die Renten im Osten sind wegen geringerer Lebenshaltungskosten sogar höher als die im Westen. Nur sitzen dort eher die Spendenmuffel. Ausgerechnet der so spendenstarke Süden der Republik verzeichnet, was die Kaufkraft angeht, deutliche Defizite. Auch Ballungsräume in Nordrhein-Westfalen liegen bei der Rentenkraft unter 1000 Euro pro Monat. Städte wie Gera in Thüringen (1437 €) und Chemnitz in Sachsen (1428 €) stehen dagegen an der Spitze.

Dabei gehören die Babyboomer sogar zu den Malochern. Verglichen mit dem Stand von vor zehn Jahren arbeiten Babyboomer laut einer Studie des Bundesinstituts für Bevölkerungsforschung bereits deutlich länger, und der Trend geht wegen des Fachkräftemangels auch weiter in diese Richtung. Die Gründe für weniger Spenden liegen vermutlich eher in einem anderen Werteverständnis.

Boomer sind kritischer

Verschiedene Erfahrungen und Studien zeigen, dass Boomer deutlich preissensibler und kritischer sind und von Spendenorganisationen auch andere Projekte erwarten: Kein Tropfen auf den heißen Stein, sondern lieber das Problem an der Wurzel packen. Solidarität tritt eher in den Hintergrund. Moralische Appelle verfangen deutlich weniger. Trotzdem zeichnet die Generation auch nach den Sinus-Milieu-Studien ein hohes Verantwortungsbewusstsein aus. Hedonistisches Verhalten, wie sich etwas leisten zu wollen, ist jedoch auch weit verbreitet. Und da die heutigen Senioren deutlich fitter sind als noch vor zehn Jahren, wollen sie gern noch Geld für sich selbst ausgeben. Zumindest fühlen sich die heute 60-Jährigen laut Deutschem Alterssurvey wie 50-Jährige.

Auf ein „Spendenalter“ zu warten, ist nach diesen Zahlen und Studienergebnissen definitiv vorbei. Hoffnung macht eher eine andere Generation: Bei den 40-Jährigen stieg der Spendenanteil von neun Prozent, als sie noch 30 waren (im Jahr 2013) auf 20 Prozent im Jahr 2024 an. Fakt ist: Eine „Altersampel“ fürs Spenden, die mit 60 automatisch auf Grün springt, gibt es nicht. Die Sozialisierung zu spenden muss eher beginnen. ■



Matthias Daberstiel ist seit mehr als 20 Jahren beruflich im Bereich Fundraising tätig: Er ist Gründer und Inhaber der Spendenagentur in Dresden sowie Co-Herausgeber des Fundraising-Magazins. Außerdem ist er Ideengeber für die Fundraisingtage und das Fundraising-Symposium. Auch als „Speaker“ oder Referent gibt er gern seine Erfahrung zum

Thema Fundraising weiter und inspiriert mit Ideen, Wissen und Motivation zu erfolgreichem Tun.

► www.spendenagentur.de

BRAKELEY

FUNDRAISING CONSULTANTS

Verschaffen Sie Ihrer Organisation neuen Spielraum:

► Freie Großspenden einwerben



Astrid v. Soosten



Johannes Ruzicka

Großspenden-Training

19.09.2024, 14-18 Uhr

20.09.2024, 9-13 Uhr

München

**FRÜHBUCHERRABATT
SICHERN!**

Infos und Anmeldung:
www.brakeley.de/training



In Kooperation mit:

**DEUTSCHER
FUNDRAISING
VERBAND**

Ein neues Kapitel im Leben ...

Biografische Anlässe, neue Spendenden-Zielgruppen anzusprechen

Die Boomer sind keine „sichere Bank“ mehr, die Generation X zeigt sich zurückhaltend beim Thema Spenden. Die Generation Y ist, wie der Name schon sagt, sehr unentschlossen. Und die GenZ extrem wählerisch. Wie lassen sich alle diese Zielgruppen dennoch fürs Spenden begeistern?

Von PIA RAST

In unserer schnelllebigen Welt wird oft übersehen, wie tiefgreifend die Übergänge im Leben eines Menschen sein können. Diese biografischen Wendepunkte sind nicht nur Gelegenheiten für persönliches Wachstum, sondern auch für gesellschaftliches Engagement durch Ehrenamt und Spenden. Fürs Fundraising bietet das Verständnis dieser Schlüsselmomente die Chance, neue Menschen anzusprechen und sogar dauerhafte Unterstützung zu gewinnen.

Berufseinstieg – Beginn der finanziellen Unabhängigkeit

Der Eintritt ins Berufsleben ist oft der erste Schritt in die finanzielle Unabhängigkeit. Junge Berufstätige sind jetzt offen für passende Spendenprojekte, da sie beginnen, ihr eigenes Geld zu verdienen und über ihre Ausgaben zu entscheiden. NGOs können diese Phase nutzen, indem sie spannende Programme anbieten und leicht zugängliche Spendenoptionen bereitstellen.

Hochzeit – ein Bund fürs Leben und für den guten Zweck

Hochzeiten sind freudige Ereignisse, bei denen oft großzügig Geschenke gemacht werden. Immer mehr Paare entscheiden sich dafür, ihre Hochzeit mit einem wohltätigen Zweck zu verbinden, indem sie ihre Gäste bitten, anstelle von Geschenken an eine ausgewählte NGO zu spenden. Dies

symbolisiert nicht nur die gemeinsamen Werte des Paares, es fördert auch ein Bewusstsein für die unterstützte Sache unter den Hochzeitsgästen.

Geburt eines Kindes – Investieren in die Zukunft

Die Geburt eines Kindes ist ein einschneidender Moment im Leben vieler Menschen und regt dazu an, über die Welt nachzuden-



ken, die man hinterlassen möchte. NGOs, die sich beispielsweise auf Kinder, Bildung oder Umweltschutz konzentrieren, können besonders relevant für junge Eltern sein. Eine gezielte Kommunikation, die zeigt, wie Spenden die Zukunft der nächsten Generationen verbessern können, ist hier besonders wirkungsvoll.

Karriere-Schub – weniger Zeit für Ehrenämter

Beruflicher Aufstieg geht meist mit weniger Freizeit einher, dafür aber oftmals mit mehr Verdienst. Gern möchte man das Eh-

renamt weiterführen oder zumindest den Verein weiter unterstützen. Spenden statt Anpacken ist dann für viele ein möglicher Weg. Organisationen, die dafür Verständnis und Dankbarkeit zeigen, finden im Idealfall dauerhafte Unterstützer.

Überwindung von Krankheiten – ein „zweites Leben“

Die Genesung von einer schweren Krankheit kann das Leben und die Perspektiven eines Menschen drastisch verändern. NGOs, die in den Bereichen Gesundheit oder Forschung tätig sind, können von Personen, die eine solche Erfahrung gemacht haben, besonders engagierte Unterstützung erfahren. Diese Menschen sind oft hochmotiviert, etwas zurückzugeben und anderen in ähnlichen Situationen zu helfen.

Ruhestand – endlich Zeit, etwas zurückzugeben

Der Eintritt in den Ruhestand markiert einen bedeutenden Lebensübergang. Viele Menschen genießen diese Zeit und widmen sich (endlich) gemeinnützigen Aktivitäten, die ihnen Spaß machen und sie weiterhin beschäftigen. NGOs können diese Lebensphase nutzen, indem sie spezielle Freiwilligenprogramme oder Spendenoptionen für Senioren anbieten, die ihr Lebenswerk sinnvoll abrunden wollen.

Jeder dieser biografischen Momente bietet Gelegenheit für NGOs, mit potenziellen Spenderinnen und Spendern in Kontakt zu treten. Wer auf die spezifischen Bedürfnisse und Hoffnungen, die Menschen in diesen Übergangsphasen haben, eingeht und diese wichtigen Lebensereignisse entsprechend würdigt, kann damit einen guten Anknüpfungspunkt für eine längerfristige Spendenbeziehung schaffen. □

the marketwing

SELFIE BOOTH



Digital greetings #DFK24

See you in Berlin

Gute Daten für gute Taten



Digitale Agenten

Effizient und schnell:
Schon heute stehen innovative
Ansätze für eine neue Ära
im Fundraising.

Seite 26

Fundraising-Metriken

Datengeleitete Entscheidungen
für bessere Ergebnisse:
Diese Kennzahlen
sollte man kennen.

Seite 28

IT-Trends für NGOs

Digitale Kommunikationskanäle,
Künstliche Intelligenz, Clouds ...
Wo NGOs im Jahr 2024
stehen und wohin die Reise geht.

Seite 30

Spenden aus dem Jenseits?

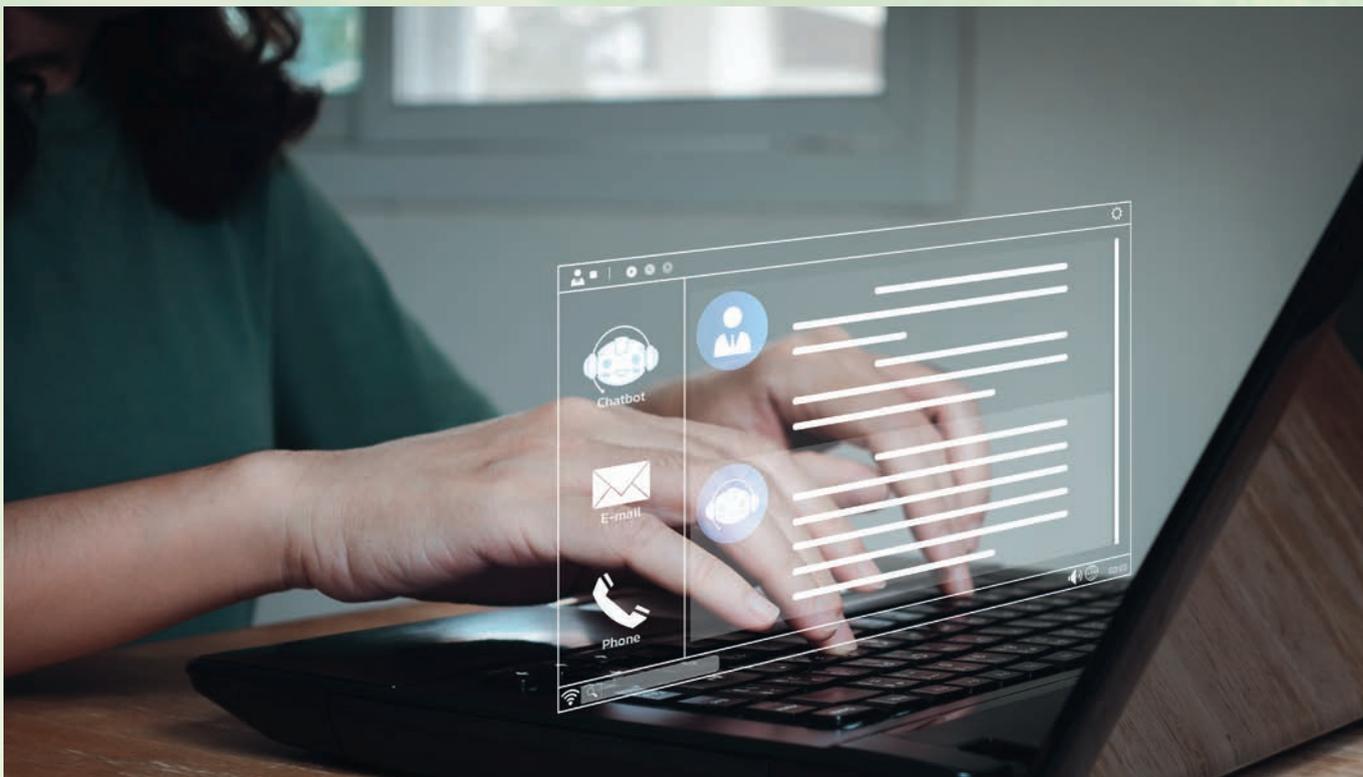
Warum Adressabgleich
das A und O ist, wie oft dies
notwendig wird und warum sich
ein Adress-Check immer lohnt.

Seite 32

Data-Care-Summer

Sommer-Aktion des
Fundraising-Magazins für
erfolgreiche Mailing-Kampagnen
dank sauberer Adressen.

Seite 34



Digitale Agenten: effizient und schnell

Schon heute stehen innovative Ansätze für eine neue Ära im Fundraising

Im Herzen des Silicon Valleys entsteht eine zukunftsweisende Entwicklung: digitale Agents, die über die Ausführung einfacher Aufgaben hinausgehen und als digitale Mitarbeiter in die Arbeitswelt integriert werden. Diese technologische Revolution verspricht das Fundraising von Grund auf zu erneuern.

Von ENZO DUIT

Digitale Agents sind durch fortschrittliche Algorithmen und Künstliche Intelligenz angetriebene Programme, die eigenständig spezifische Aufgaben erledigen können. Diese digitalen Helferlein besitzen genau definierte Fähigkeiten und Verantwortungsbereiche, ähnlich einer Stellenbeschreibung in einem Jobinserat. Ein entscheidender Vorteil digitaler Agents liegt in ihrer Flexibilität: Anstatt für bestimmte Aufgaben

neue Mitarbeiter einzustellen, können Organisationen einen digitalen Agenten „deployen“, also technisch in Betrieb nehmen und beispielsweise in den Microsoft Teams Chat hinzufügen. Dieser Agent kann dann mit entsprechenden Zugängen und Berechtigungen ausgestattet werden, beispielsweise für die Nutzung von Daten aus der Datenbank, Cloud-Speichern oder Organisationssoftware.

Integration digitaler Agents in die Organisationskommunikation

Durch ihre Integration erleichtern digitale Agenten den Informationsaustausch und verbessern die Effizienz im Team und ein nahtloses Zusammenarbeiten. Sie agieren als vollwertige Team-Mitglieder, deren Einsatzbereiche und Kompetenzen klar definiert sind und mit denen man genauso wie mit

Mitarbeitenden chatten kann, Fragen stellen kann oder von denen man auch proaktiv angeschrieben wird.

Praktische Anwendung im Fundraising

Im Bereich Fundraising übernehmen digitale Agents bereits jetzt erste wichtige Aufgaben. So fungiert ein digitaler Agent als CRM-Datenanalyst, um fortlaufend die Spenden-datenbank zu analysieren und automatisiert Vorschläge für zielgerichtete Kampagnen zu liefern (beispielsweise, wenn gerade mehr als 1000 Personen eine Absprung-Wahrscheinlichkeit aufweisen). Ein weiterer Agent kann sich als Content Creator um die Erstellung von Kommunikationsmaterialien kümmern (natürlich bereits personalisiert und basierend auf Datenanalysen und Vorgaben anderer Agents). Diese beispiellose Fähigkeit

zur Automatisierung und Personalisierung revolutioniert die Content-Erstellung und Kampagnenplanung im Fundraising.

Von Kampagnen-Fokus zu Spender-Zentrierung

Trotz der Autonomie digitaler Agents bleibt der Mensch in der Rolle als Strategie und Entscheider unersetzlich. Die finalen Entscheidungen über die Umsetzung von Vorschlägen und die strategische Ausrichtung des Fundraisings liegen weiterhin bei den menschlichen Teammitgliedern. Auch die Ziele werden weiterhin vom Menschen vorgegeben. Eines ändert sich aber maßgeblich: Das Erreichen der Ziele kann durch die Unterstützung von Agents deutlich effizienter und schneller gestaltet werden, was gerade derzeit in einem herausfordernden Non-Profit-Umfeld wesentlich ist. Der Einsatz digitaler Agents ermöglicht einen Paradigmenwechsel im Fundraising:

Weg von einem generischen Kampagnen-Fokus, hin zu einer individuellen Spender-Zentrierung. Statt eines pauschalen Ansatzes erfordert spenderzentriertes Fundraising eine fortlaufende Analyse der Spenderinnen und Spender, um die passende Kommunikationsart zu identifizieren. Die Herausforderung hierbei liegt in der detaillierten Analyse jeder einzelnen ID, der Erstellung hoch personalisierter Inhalte und der kontinuierlichen Erfolgsmessung – eine Aufgabe, die ohne technologische Unterstützung kaum zu bewältigen wäre.

Ausblick und Herausforderungen

Dank digitaler Agents ist es jetzt möglich, diese intensive Arbeit zu automatisieren und ein neues Level an Personalisierung im Fundraising zu erreichen, das echte Spender-Orientierung ermöglicht. Die Potenziale digitaler Agents im Fundraising sind also enorm, allerdings gilt es auch, Herausfor-

derungen in der bestehenden technischen Infrastruktur und der Organisational Readiness zu bewältigen. Dennoch zeigen einige Beispiele bereits erfolgreich, wie dies auch schnell und einfach machbar ist (ganz ohne großes IT-Projekt). Sowohl in der Erstellung von Inhalten als auch in der automatischen Selektion von Personen, die angesprochen werden sollen, gibt es erfolgreiche Umsetzungen. ■



Enzo Duit hat seine Wurzeln in der digitalen Technologie und im Unternehmertum. Er startete seine Karriere im Fundraising, wechselte dann zur Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

ProceWaterhouseCoopers (PwC) in den Bereich Technologieberatung mit einem Fokus auf Business Intelligence und Automatisierung. Später co-gründete er *augedo* (automatically generate donations), um durch Automatisierung und KI die Produktivität von Fundraisern zu erhöhen.

► www.augedo.com

Die Zukunft des Fundraisings ist digital

**WIR
MACHEN
GUTES
TUN NOCH
BESSER**

Kennen Sie auch diese Probleme im Fundraising?

- Die Spendenakquise wird immer teurer.
- Spender*innen sind immer weniger loyal.
- Erfolge sind schwer messbar.

WIR HABEN
DIE LÖSUNG!
**UNSERE
DIGITALE
2-STUFEN-
STRATEGIE**

1

Gewinnen Sie neue Unterstützer*innen über Social Media - und überzeugen Sie sie mit einer fein abgestimmten Lead-Journey!



2

Konvertieren Sie die Leads durch überzeugendes Engagement zu wertvollen Spender*innen!



#DFK24: Besuchen Sie unsere Case-Study-Session am 5.6.2024 um 13:30 Uhr!

Diese Kennzahlen sollte man kennen

Fundraising-Metriken: datengeleitete Entscheidungen für bessere Ergebnisse

Daten sind für fundierte Entscheidungen und Analysen auch im Fundraising von großer Bedeutung. Allerdings lässt sich aus einem Haufen Daten noch nichts Aussagekräftiges herauslesen – erst wenn mit ihnen einige wichtige Kennzahlen berechnet wurden, wird man aus ihnen schlau.

Von **KARIN SOMMER**

Die wichtigste Voraussetzung sind saubere Daten. Spenden- und Spenderdaten sollten vollständig, korrekt, tagesaktuell und zentral an einem Ort (z. B. einem CRM) gespeichert sein. Nur so lassen sich umfassende Analysen erstellen. Liegen Daten in unterschiedlichen Systemen, können Schnittstellen helfen, um die Datensilos zusammenzuführen.

Welche Daten sind überhaupt interessant?

Es gibt unzählige Daten – doch nicht alle sind für das Fundraising und die spezifische Situation einer Organisation relevant. Um nicht im Datenmeer unterzugehen, sollten also nur jene Daten gesammelt werden, die tatsächlich weiterhelfen. Dazu gehören:

- demografische Daten (Alter, Geschlecht, Wohnort etc.)
- Verhaltensdaten (Website-Verweildauer, Seiten/Besuch, Absprungrate etc.)
- Interessensdaten (bevorzugte Projekte, Zahlungsarten, bevorzugte Kanäle etc.)

Wichtige Fundraising-Metriken

Die folgenden Kennzahlen sind nützlich, um den Erfolg von Fundraising-Maßnahmen zu bewerten und wertvolle Einsichten zu generieren.

1. Abwanderungsrate (Churn Rate)

Die Abwanderungsrate vergleicht beliebige wählbare Zeiträume. Üblicherweise wird berechnet, wie viele Spender eine Organisa-

tion in einem Jahr verloren hat. Es geht also um die Anzahl der Spender aus dem Vorjahr, die im aktuellen Jahr nicht mehr gespendet haben. [Anzahl der Spender des Vorjahres, die im aktuellen Jahr nicht gespendet haben / Gesamtanzahl der Spender des Vorjahres x 100] Beispiel: 2020 hatten die NGO 1000 Spender, davon haben 200 im Jahr 2021 nicht gespendet. $200 / 1000 \times 100 = 20\%$.

2. Geschätzte Spenderlebensdauer (Estimated Donor Lifetime)

Diese Zahl gibt die geschätzte Dauer an, während der ein Spender aktiv spendet [1 / Abwanderungsrate]. Beispiel: Die NGO hat eine Abwanderungsrate von 40 %. Jetzt teilt man 1 durch 40 % = die geschätzte Spenderlebensdauer beträgt somit 2,5 Jahre.

3. Spender-Lebenszeitwert (Donor Lifetime Value)

Der Wert schätzt, wie viele Spendeneinnahmen von einem Spender während seiner aktiven Spendenphase zu erwarten sind [geschätzte Spenderlebensdauer x Durchschnittsspende x Spendenfrequenz]. Beispiel: 5 Jahre x 60 € x 2 mal pro Jahr = 600 € Lebenszeitwert eines Spenders.

Sobald man diesen Wert kennt, kann man ihn mit dem folgenden vergleichen und so die Effizienz des Fundraisings bewerten:

4. Akquisitionskosten pro Spender (Donor Acquisition Costs)

Diese Kennzahl [Gesamtkosten / Gesamtanzahl gewonnener Spender] verrät, wie viel Ausgaben nötig sind, um einen neuen Spender zu gewinnen. Die Ausgangsbasis kann variieren: Entweder rechnet man nur mit den direkten Kosten von Fundraising-Projekten, oder man berücksichtigt auch Gehälter und Verwaltungskosten. Dieser Wert sollte in jedem Fall niedriger sein als der Lebenszeitwert eines Spenders, sonst verursacht das Fundraising mehr Kosten, als es Einnah-

men generiert.

5. Verhältnis Abwanderung zu Neuakquise

Gewinnt eine Organisation mehr neue Spender, als sie verliert? Das klärt diese Metrik [verlorene Spender eines Jahres / Neuspender eines Jahres]. Ist der Wert niedriger als 1, ist die Bilanz positiv – ist er höher, hat man unterm Strich weniger Spender.

6. Spenderbindungsrate (Donor Retention Rate)

Diese Kennzahl zeigt an, wie hoch die Bindung der Spendenden an die Organisation ist beziehungsweise wie viele der bestehenden Spender erneut gespendet haben [Gesamtzahl der Spender im aktuellen Jahr / Gesamtzahl der Spender im Vorjahr x 100].

7. Spendenerhaltungsrate (Donation Retention Rate)

Im Gegensatz zur Spenderbindungsrate misst diese Kennzahl nicht die Personen, sondern die Spenden [Gesamtsumme der Spenden von bestehenden Spendern im aktuellen Jahr / Gesamtsumme aller Spenden im Vorjahr x 100].

Erst zusammen ergibt sich ein vollständiges Bild, denn eine sinkende Spenderbindungsrate muss nicht unbedingt geringere Spendeneinnahmen bedeuten. Optimal ist es natürlich, wenn beide Raten gleichzeitig steigen. Bleibt die Spenderbindungsrate annähernd gleich, während die Spendenerhaltungsrate stark zu- oder abnimmt, lohnt sich ein genauerer Blick auf Upgrades und Downgrades, um die Ursachen dafür zu ergründen.

8. Reaktivierungsrate (Reactivation Rate)

Spender, die vor zwei Jahren gespendet haben, aber nicht im Vorjahr, gelten als verlorene Spender. Sie können durch Reaktivierungskampagnen wiedergewonnen werden – den Erfolg misst man mit dieser Kennzahl [reaktivierte Spender des laufenden Jahres / verlorene Spender des Vorjahres x 100].

9. Wachstumsraten (Growth Rates)

Wachstumsraten lassen sich für verschiedene Kennzahlen berechnen: zum Beispiel für die Gesamtsumme der Spenden, die Gesamtzahl der Spender, die Anzahl der Erstspender und Dauerspender, die Durchschnittsspende usw. [Wert des aktuellen Zeitraums / Wert des Vergleichszeitraums x 100].

Kombination der Kennzahlen mit weiteren Daten

Die oben genannten Kennzahlen eignen sich ausgezeichnet für das Controlling und die allgemeine Erfolgsmessung des Fundraisings. Für ein noch tiefgehendes Verständnis können sie mit weiteren Daten kombiniert werden. Dazu können Spender in Segmente unterteilt werden, zum Beispiel nach:

- durchschnittlicher Jahresspendensumme
- Interessen / Projekte
- Mitglieder / Paten

- Einzelspender
- Dauerspender
- Wohnort
- Alter
- Geschlecht

Für diese Segmente berechnet man dann die oben genannten Kennzahlen. So könnte man beispielsweise herausfinden, dass junge Dauerspenderinnen aus Bayern für das Straßenhunde-Projekt in Rumänien im Durchschnitt zwei Jahre länger und 100 Euro im Jahr mehr spenden als andere Zielgruppen. Eine mögliche Konsequenz daraus könnte sein, dass die Organisation zukünftig gezielt junge Frauen aus Bayern in ihrer nächsten Kampagne anspricht.

Aller Anfang ist schwer

Zu Beginn wirken all die Daten und Kennzahlen komplex und verwirrend. Schließlich gibt es noch zahlreiche weitere Me-

triken und hunderte mögliche Segmente, die analysiert werden könnten. Für den Anfang konzentriert man sich am besten auf die Kernzielgruppe und die individuell wichtigsten Kennzahlen (die von der Fundraising-Strategie abgeleitet werden). Dann erkennt man meistens schnell, welche weiteren Messgrößen noch benötigt werden und welche weiteren Zielgruppen relevant sind. ▣



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 The-

men widmet, die die Branche bewegen. Außerdem arbeitet sie freiberuflich als Fachjournalistin und Texterin für NGOs, Presse und Wirtschaft.

► www.fundraisingbox.com

Haben Sie schon jemals genau danach gesucht?



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



25 Jahre Erfahrung im Zusammenspiel der Kanäle. In Deutschland, Österreich, Schweiz, Frankreich, Niederlande, Tschechien, Polen, ...
www.directmind.de



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

DIRECT
mind

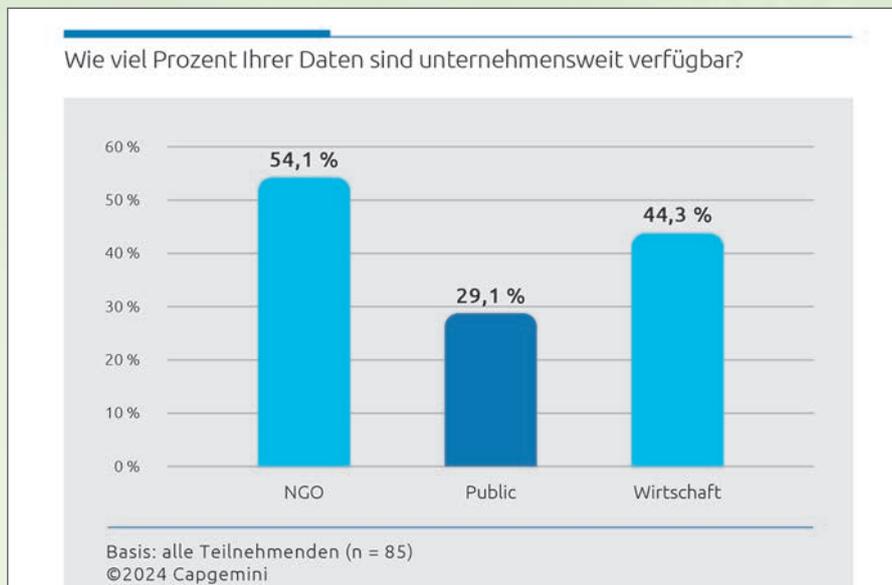
IT-Trends für NGOs im Jahr 2024

Künstliche Intelligenz, Clouds und Kommunikationskanäle

Mehr als hundert Entscheider aus Business und Informationstechnologie befragte die Beratungsagentur Capgemini im Herbst 2023 zu aktuellen IT-Themen. Zum ersten Mal seit mehr als 20 Jahren wurden in diesem Rahmen auch Vertreter von NGOs befragt. Das Ergebnis: Sie messen digitalen Kommunikationskanälen eine hohe Bedeutung zu, schätzen ihren Erfolg damit aber als mäßig ein.

Von **HELGA SCHNEIDER**
und **THOMAS HEIMANN**

Obwohl viele Menschen fast nur noch über digitale Kanäle kommunizieren, verschicken NGOs Spendenaufrufe häufig nach wie vor per Post. Auch die Anwerbung neuer Mitglieder oder Freiwilliger verlagert sich nur langsam ins Netz. Ein Grund dafür könnte der laut der Ergebnisse der IT-Trends-Studie als mäßig empfundene Erfolg der Kommunikation



über digitale Kanäle sein. Da die Konkurrenz im digitalen Raum groß ist, generieren nur gut durchdachte Konzepte Aufmerksamkeit.

Der mangelnde Erfolg kann mit der Priorisierung der verschiedenen Komponenten von Online-Kampagnen zusammenhängen. Nach den Aussagen der Teilnehmenden sind eine gute inhaltliche und technische Umsetzung am wichtigsten, gefolgt von der laufenden Optimierung der Customer Journey sowie niedrigschwelligem Angeboten. Etwas weniger wichtig sind die Priorisierung digitaler Kanäle durch das Management, Ressourcen zum Testen verschiedener Konzepte, Werbung auf Social-Media-Kanälen sowie hohe Transparenz in Bezug auf den Datenschutz.

Die Bedeutung von Werbung und Tests wird unterschätzt

Damit werden die Bedeutung von Tests sowie die Werbung auf Social-Media-Kanälen unterschätzt. Denn Anzeigen würden die notwendige Aufmerksamkeit generieren, damit die Empfängerinnen und Empfänger Botschaften überhaupt wahrnehmen. Und anhand von Tests könnten NGOs herausfin-

den, welche Inhalte und Formate den größten Erfolg versprechen.

Intelligente Technologien spielen noch keine Rolle

Der Einsatz intelligenter Chatbots ist in den Augen der Befragten kein Erfolgsfaktor für die Gewinnung neuer Unterstützer über digitale Kanäle. Allerdings fehlt den meisten Befragten die Erfahrung mit Technologien Künstlicher Intelligenz (KI). In zwei Jahren soll die Nutzung von KI aber steigen, dann will etwa jeder dritte Befragte Texte, Bilder, Videos und Audio-Dateien mithilfe generativer KI erstellen. Etwas weniger Befragte wollen KI für Vorhersagen einsetzen oder für die Verarbeitung von Sprache und Bildern ohne generative KI.

Da NGOs heute schon mehr als die Hälfte ihrer IT-Services bei Cloud-Anbietern einkaufen, können sie von deren KI-Angeboten profitieren. Dafür stehen ihnen, im Vergleich zu vielen Unternehmen, relativ viele Informationen zur Verfügung: Etwas mehr als die Hälfte ihrer Daten ist organisationsweit nutzbar, das sind etwa zehn Prozentpunkte

Informationen zur Studie



Die vollständige IT-Trends-Studie 2024 mit dem Titel „Das Business fordert mehr Flexibilität“ kann kostenlos heruntergeladen werden. Die Studie erschien 2003 zum ersten Mal und wird jährlich durchgeführt. Die Themen der Studie reichen von der Prognose der IT-Budgets über die IT-Ziele, die Nutzung von KI und Cloud bis zur Datenverfügbarkeit sowie Fachkräftemangel und demografischem Wandel. Außerdem werden die Bedeutung und der Einsatz von 26 Technologien analysiert. Auf der Website zur Studie stehen außerdem ein Video mit einer Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse sowie der Link zu einer interaktiven Version zur Verfügung, mit der ausgewählte Daten analysiert werden können.

mehr, als Unternehmen im Durchschnitt zur Verfügung stehen. Die übrigen Daten liegen in Datensilos oder können aufgrund gesetzlicher Vorgaben nicht genutzt werden.

In den kommenden Jahren wollen NGOs weitere Kapazitäten in eigenen Rechenzentren abbauen und in die Cloud verlagern. Sie soll in Zukunft zwei Drittel aller IT-Services bereitstellen. Dadurch können NGOs auch von fortschrittlichen Technologien profitieren, ohne selbst IT-Spezialisten beschäftigen zu müssen. Der Wettbewerb um die Fachleute, die diese IT beispielsweise für digitale Kampagnen einsetzen können, wird laut den Prognosen der Befragten in den kommenden Jahren steigen.

Derzeit sind mehr als 20 Prozent aller Stellen bei NGOs aufgrund des Fachkräftemangels nicht besetzt; in zwei Jahren sollen es laut Einschätzung der Befragten mehr als 25 Prozent sein. Damit ist der Fachkräftemangel bei NGOs etwas höher als in der Wirt-

schaft und der öffentlichen Verwaltung. In zwei Jahren wird er in etwa auf dem Niveau von Unternehmen liegen. Hinzu kommt der demografische Wandel: Die Befragten geben an, dass in den kommenden zehn Jahren fast jeder fünfte Mitarbeitende in den Ruhestand gehen wird.

Schon heute überwiegend digital

Angesichts dieser Zahlen sollten NGOs die Chancen digitaler Technologien nutzen, um Prozesse zu vereinfachen und zu automatisieren. So können sie dem demografischen Wandel begegnen, attraktive Arbeitsbedingungen bieten und die Kommunikation mit ihren Zielgruppen weiterentwickeln. Denn viele Spendenwillige inklusive der Best Ager kommunizieren schon heute überwiegend digital, sodass die Erfolgsquote von Spendenaufrufen per Brief in den kommenden Jahren wahrscheinlich sinken wird. ▣



Helga Schneider bereichert seit 2022 das NGO-Team der Beratungsagentur Capgemini als Business-Analystin. Weil Technologie sich rasend schnell entwickelt und NGOs auf

ihre Kernaufgaben fokussiert sind, sieht sie es als eine ihrer wichtigsten Tätigkeiten, die „Brücke zwischen den Welten“ zu bilden, damit NGOs von der Digitalisierung maximal profitieren können.

► www.capgemini.com



Als ausgebildeter Informatiker arbeitet **Thomas Heimann** seit mehr als 20 Jahren für Capgemini in verschiedenen Rollen. Aktuell ist er Enterprise Architect Director mit Fokus auf

den öffentlichen Sektor und berät zu digitalen Strategien. Die IT-Trends-Studie begleitet er inzwischen seit mehr als zehn Jahren als Experte für Trendtechnologien und verantwortlicher Projektleiter.

► www.capgemini.com

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.



Spenden aus dem Jenseits?

Warum Adressabgleich das A und O ist und wie oft dies notwendig wird

Die Datenbank wächst und wächst. Doch Adressen ändern sich, Menschen versterben und damit ist eine jährliche Adressbereinigung eigentlich Pflicht. Doch das Gegenteil ist oft der Fall. Warum sich ein Adress-Check immer lohnt.

Von KURT MANUS

Leidenschaftlich, so könnte man Frédéric Cavo bezeichnen, wenn er über Anchriftenbereinigung spricht. Er leitet den Adress-Spezialisten eXotargets Data Network GmbH. Seine Zahlen beweisen, dass eine Adressanalyse und Adressbereinigung, besonders vor den großen Mailingaussendungen im Frühjahr und vor Weihnachten, wichtig sein kann: „In Deutschland sterben etwa eine Million Menschen pro Jahr und etwa vier bis fünf Millionen Haushalte ziehen um. Eine regelmäßige Bereinigung der Adressen ist in jedem Fall die beste Lösung.“ Nach seiner Rechnung kostet ein Brief in Herstellung und Versand mittlerweile 85 Cent. Wenn der sein

Ziel durch die falsche Adresse nicht erreicht, ist das deutlich teurer, als wenn die Adresse vorher für 30 Cent abgeglichen wird. „Auch vor den Zuwendungsbestätigungsmailings sollte eine Adressbereinigung durchgeführt werden, denn diese müssen ja voll bezahlt werden“, empfiehlt er.

Das Problem ist, dass sich viele Adressbestände der Organisationen in den letzten Jahren durch fehlende Adressbereinigung verschlechtert haben sollen. Die Deutsche Post gibt an, dass bei Non-Profit-Organisationen mittlerweile 17,3 Prozent der Adressen unzustellbar sind. Das ist der höchste Wert aller Branchen und erzeugt hohe Verluste. Vom Umweltaspekt ganz zu schweigen.

Datenpflege auf Rückläufer beschränkt

Die Christoffel-Blindenmission (CBM) hatte schon mehrere Jahre keine Datenbereinigung des hauseigenen Gesamtdatenbestandes gemacht. Dieser umfasste damals 1,2 Millionen Adressen. Lediglich Rückläu-

Fundraising-Magazin startet Data-Care-Summer

„Wir bringen Ihre Daten günstig auf Vordermann“, verspricht Matthias Daberstiel, Co-Herausgeber des Fundraising-Magazins. Gemeinsam mit dem Adressdienstleister eXotargets Data Network GmbH wird es den Data-Care-Summer geben. Vom **27. Mai bis 16. August** können Non-Profit-Organisationen und deren Dienstleister ihre Daten in einer Sonderaktion kostenfrei prüfen und danach zu einem deutlich ermäßigten Preis die identifizierten Falschadressen korrigieren lassen. Eine Anmeldung dafür ist nur für Abonnenten des Fundraising-Magazins und für Adress-Daten in Deutschland möglich. Wer in diesem Zeitraum das Fundraising-Magazin abonniert, dem steht das Angebot ebenfalls offen. Mehr dazu auf Seite 34 und unter:



datacare.fundraising-magazin.de

fer aus Mailings wurden eingepflegt. „Für eine grundsätzliche Datenbereinigung haben wir uns für unseren langjährigen bewährten Dienstleister Acxiom entschieden. Er kann auf unterschiedliche Datenbanken zurückgreifen und ist nicht an eine Quelle gebunden“, erklärt Sonja Mund, Geschäftsbereichsleiterin Privatspender und Spenderservice bei CBM. Und noch einen zweiten Grund gibt es: „Die Post ist einfach sehr teuer! Durch die kostengünstige Vorabvereinbarung mit Acxiom-Daten und Datenquellen von Acxiom-Partnern konnten wir im Vorfeld bereits 80 000 Adressen verstorbener Personen eliminieren.“ Eine enorme Zahl, selbst wenn man Millionenauflagen an Mailings versendet. Denn Mailings verursachen hohe Kosten und Rückläufer generieren keine Spenden, eher noch Ärger, wenn Spendenbriefe an Verstorbene rausgehen.

Trotzdem hat die CBM nach dem ersten Abgleich die Daten zusätzlich über die Postda-

tenbanken abgleichen lassen. Dabei wurden nochmals knapp 30 000 Verstorbene identifiziert. Nach der erfolgreichen Adressbereinigung folgte dann die Überraschung: „Unsere Kollegen vom Spenderservice meldeten sich, weil sie feststellten, dass es aktive Lastschriften und Daueraufträge von den gelöschten ‚Verstorbenen‘ gab, die nun täglich manuell reaktiviert werden mussten.“

Fremdadressen-Qualität umstritten

Um Spenden aus dem Jenseits handelte es sich allerdings nicht: „Dieses Phänomen kennen viele Organisationen“, sagt Mund. „Besonders in der Gruppe 70+ ist es oft noch üblich, dass ein Ehepaar nur ein gemeinsames Konto hat. Stirbt einer der Ehepartner, werden bestehende Lastschriften an Organisationen oft nicht gekündigt – auch als eine Art stilles Gedenken an den Verstorbenen.“ Letztlich wurden bisher etwa 2 000 Dauer-

aufträge und Lastschriften wieder aktiviert. Auch zu Fremdadressen hat Sonja Mund ihre Erfahrung: „Wir haben festgestellt, dass die angemieteten Fremddaten oft besser gepflegt waren als unsere eigene Datenbank.“ Frédéric Cavro ist da anderer Meinung: „Aus Erfahrung wissen wir, dass bis auf wenige Ausnahmen Fremdbestände nicht immer sehr gepflegt sind. Allein aus Kosten-, Response- und Abrechnungsgründen macht es Sinn, solche Bestände zu bereinigen.“

Mund plädiert mit ihrer Erfahrung dafür, „aller drei bis vier Jahre eine Adressbereinigung zu machen“. Gute Erfahrungen hat sie auch mit Reaktivierung gemacht: „Die Reaktivierungsquoten übersteigen immer noch klar die Responsequoten in der Neuspendergewinnung.“ Grundlage für eine erfolgreiche Reaktivierung ist aber eine richtige Adresse, die man mit Reaktivierungsprozessen wiederbeleben oder gegen Umzugsdatenbanken abgleichen kann. ▣

Heb ab mit Kaleido:START

Die Fundraisinglösung für wachsende NPOs



Jetzt Demo-Termin vereinbaren
und losfliegen:
kaleido-npo.ch/abheben



ant

Data-Care-Summer

Sommer-Aktion für erfolgreiche Mailing-Kampagnen dank sauberer Adressen

Keine Ressourcenverschwendung mehr! Stellen Sie sich vor, Ihre Spendenbriefe erreichen genau die Menschen, die sich für Ihre Sache interessieren – und zwar ohne Rückläufer. Dank der neuen Initiative Data-Care-Summer kann dies schon 2024 für Ihre Organisation Realität werden. Es geht ganz einfach.

Von PIA RAST

Wussten Sie, dass Non-Profit-Organisationen oft die meisten unzustellbaren Adressen in ihren Datenbanken haben? Eine Studie der Deutschen Post zeigt genau das auf (siehe dazu auch der Beitrag auf Seite 32). Jeder dieser Fehlversuche kostet nicht nur Geld, sondern verringert auch die Erfolgsquote der Mailingkampagne.

Hier kommt unsere Lösung ins Spiel: In Kooperation mit der eXotargets Data Network GmbH bietet das Fundraising-Magazin Ihnen die perfekte Gelegenheit, Ihre Adressdaten auf Vordermann zu bringen.



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

Machen Sie jetzt „Frühjahrsputz“ in der Adressdatenbank. Mit einem kostenlosen Audit prüfen die Experten von eXotargets die Aktualität Ihrer Daten. Fehlerhafte Adressen oder Daten von Verstorbenen werden identifiziert, um später aktualisiert oder gelöscht zu werden. Nach dem kostenfreien Audit können Sie Ihre Daten bereinigen lassen. Dafür räumt Ihnen eXotargets einen Rabatt von etwa zehn Prozent ein, je nach Art der Daten.

Die Vorteile liegen auf der Hand:

Kostenreduktion: Normalerweise kostet die Aktualisierung unzustellbarer Adressen zwischen 30 und 50 Cent pro Adresse. Mit unserem Sonderangebot sparen Sie deutlich.

Effizienzsteigerung: Reduzieren Sie die Fehlversandrate und steigern Sie die Responsequote Ihrer nächsten Kampagne.

Datenschutzkonformität: Das Audit und die Datenbereinigung erfolgen absolut datenschutzkonform.

Für Dienstleister: Sie können ebenfalls von dieser Aktion profitieren, indem Sie die Daten Ihrer Kunden im Rahmen dieses Programms aktualisieren lassen.

Möglich sind Abgleiche gegen eine Verstorbenen-Datenbank, ein Anschriftenänderungs-Verzeichnis und eine Datei mit unzustellbaren Adressen.

Bitte Frist beachten!

Melden Sie sich bis zum **16. August 2024** an, um beim Data-Care-Summer dabei zu sein. Besuchen Sie dazu die Website <https://datacare.fundraising-magazin.de>, registrieren Sie sich für das Audit und lassen Sie sich von den Experten von eXotargets individuell beraten.



Mitmachen können alle, die im Zeitraum bis 16. August 2024 ein Abonnement des Fundraising-Magazins haben. Die Aktion gilt nur für Adressdaten in Deutschland. Die Adressdaten werden nicht beim Fundraising-Magazin, sondern nur bei der eXotargets Data Network GmbH verarbeitet.

Nutzen Sie den Sommer, um Ihre Datenbank zu revitalisieren und gehen Sie gestärkt in die wichtige Spendensaison im Herbst und vor Weihnachten. Mit dem Data-Care-Summer setzen Sie auf Präzision in Ihrer Kommunikation und sorgen dafür, dass jeder Cent, den Sie in Ihre Mailings investieren, auch wirklich zählt. ■

WAS
IHNEN HILFT
FÜR GUTE
TATEN?
GUTE DATEN.

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

WALTER
SCHMID
FUNDRAISING &
DATA

Nicht ganz die Schokoladenseite



Vorzüglich – oder eben gerade nicht: Schweizer Schokolade hat einen ausgezeichneten Ruf. Das Schweizer Tierrecht sollte man damit besser nicht vergleichen. Die Kreativagentur Ruf Lanz hat es trotzdem getan und für die „Stiftung für das Tier im Recht“ auf die Missstände in der Gesetzgebung hingewiesen. So können etwa soziale Tiere noch immer einzeln gehalten werden oder wird Tierquälerei zu wenig geahndet.

► www.tierimrecht.org

Die gute Seife

Frauenprojekt des Hilfswerks International Österreich

Viele Frauen geraten aufgrund von Krieg in Armut oder sind gezwungen, ihre Heimat zu verlassen. Das Projekt „Sabun – Die gute Seife“ soll einen Weg zu einem Leben in Selbstbestimmung bieten und Einkommen für Lebensmittel, Wasser und Schulbücher ermöglichen. Beispielhaft für das Projekt steht Midia, eine Frau im Libanon, die mit ihrer Familie aus Syrien geflüchtet ist. Sie stellt im Rahmen des Projekts inzwischen reine



Olivenölseife her: „Ich liebe es, Seife zu machen. Es sichert mir ein Einkommen. Es gibt mir die Möglichkeit, Schulbücher zu besorgen und Nahrung für uns alle zu kaufen. Und es beruhigt mich. Wenn ich das Olivenöl mit der Seifenlauge mische, kann ich abschalten“, so Midia. Bianca Weissel, Kommunikationsleiterin vom Hilfswerk International, ordnet die Unterstützung ein: „Die gute Seife ist gelebte Hilfe zur Selbsthilfe auf Augenhöhe. Es erzählt die Geschichte von starken Frauen, die keine Almosen brauchen. Die ihren Kopf nicht hängen lassen, die für Selbstbestimmtheit und Sicherheit kämpfen. Das bewundere ich an ihnen. Und das macht unser Projekt „Die gute Seife“ auch so besonders: Dahinter stecken reale Schicksale von realen Frauen mit unfassbarem Mut.“

► www.dieguteseife.at

MEINE MEINUNG

„Den Zusammenhalt fördert das nicht“

Ein Kommentar von RICO STEHFEST



Wir sollten verschiedene Wege testen, die uns beim gesellschaftlichen Zusammenhalt helfen sollen. Aber bekanntlich ist gut gemeint nicht gleich gut gemacht. Als ein solches Beispiel könnte man Apps bezeichnen, mittels derer man ganz flugs und unkompliziert den Behörden melden kann, wenn mal wieder ein gewissenloser Bösewicht einem die Einfahrt zugeparkt hat. So kann man ganz einfach dazu beitragen, dass Ordnung herrscht.

Klingt gut? Ist es im Detail aber nicht. Die niedrige Hemmschwelle jener Apps führt eben genau zu Hemmungslosigkeit. In Chemnitz etwa hat sich die Anzahl jener Bürgeranzeigen in den letzten zwei Jahren verdoppelt. Mitunter kommt es offenbar zu regelrechten Anzeigenfluten, weil manch einer ganze Straßenzüge abläuft. Klingt schon weniger gut, aber was will man machen... Wirft man mal einen Blick auf eine dieser Apps, nämlich weg.li, scheint auch erst mal alles ganz entspannt auszu- sehen. Bis man nach unten scrollt und auf den Abschnitt „aktuelle Ziele“ stößt. Ja, der Betreiber der App hat tatsächlich festgelegt, wie viele Anzeigen pro Woche, Monat und Jahr darüber gemeldet werden sollen!

Anders gesagt: Er ruft dazu auf, so viele Anzeigen wie möglich zu machen. Das darf ganz klar kein erklärtes Ziel sein! Sich gegenseitig zu denunzieren ist kein Sport. Stattdessen ist das ein Projekt, dass aktiv gegen den gesellschaftlichen Zusammenhalt agiert. Ist doch nur Pillepalle? Aber alles fängt mal klein an.

Anders gesagt: Er ruft dazu auf, so viele Anzeigen wie möglich zu machen. Das darf ganz klar kein erklärtes Ziel sein! Sich gegenseitig zu denunzieren ist kein Sport. Stattdessen ist das ein Projekt, dass aktiv gegen den gesellschaftlichen Zusammenhalt agiert. Ist doch nur Pillepalle? Aber alles fängt mal klein an.

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

Kurzgefasst ...

„Trash Crush“ – Online-Spiel zu Mülltrennung

Das Online-Spiel „Trash Crush“ ist der Auftakt einer Spiele-Reihe der Initiative „Mülltrennung wirkt“. Wer hier seine Abfälle richtig trennt, sammelt nicht nur Punkte, sondern lernt auch mit Humor, wie richtige Abfalltrennung funktioniert. Für dieses Jahr plant die Initiative die Veröffentlichung zwei weiterer Spiele.

► www.muelltrennung-wirkt.de/de/muelltrennung/spiele

Friedhöfe spenden an Kinderpalliativzentrum

Die Friedhöfe Wien GmbH hat 30 000 Euro an das Momo Kinderpalliativzentrum gespendet. Die Spende unterstreicht die Bemühungen der Friedhöfe Wien, denjenigen beizustehen, die in schwierigen Lebenslagen auf Hilfe angewiesen sind. Der Erlös stammt aus dem Verkauf von Metallteilen, die bei Feuerbestattungen anfallen, aber nicht beigesetzt werden dürfen.

► www.kinderpalliativzentrum.at

Digitale Integrationsplattform Little World

Die digitale Patenschaftsplattform Little World hat sich erfolgreich eine zweijährige Förderung durch die Deutsche Fernsehlotterie gesichert. Das Projekt setzt sich für die Integration und soziale Teilhabe von Zugewanderten ein. Ziel ist es, ehrenamtliche Deutschsprachige mit Deutschlernenden zu verbinden.

► www.little-world.com

Elektrogeräte gratis abholen mit Recyclehero

Das Start-up Recyclehero setzt sich für mehr Nachhaltigkeit und eine lokale Kreislaufwirtschaft ein. Seit Kurzem bietet es in Hamburg auch einen kostenlosen Abholservice für ausrangierte, aber noch gebrauchsfähige Handys, Laptops und Tablets an. Durch Upcycling sollen die Geräte wieder in den Produktkreislauf kommen.

► www.recyclehero.de

Fleurop bietet Charity-Strauß

Lilien, Nelken und Schleierkraut: Bis Ende Juni bietet Fleurop einen speziellen Blumenstrauß an, bei dessen Verkauf zwei Euro an das Hopp-Kindertumorzentrum Heidelberg gespendet werden. Mit der Aktion will Fleurop auf die Situation krebskranker Kinder und die dafür dringend notwendige Forschung aufmerksam machen.

► www.kitz-heidelberg.de/blumen-schenken

Charity-Shopping

„Schulengel“ hat sich Gooding angeschlossen

Unter dem Motto „Gemeinsam stärker für gemeinnützige Organisationen“ hat sich das Charity-Shopping-Portal „Schulenge“ der Plattform für gemeinnützige Organisationen Gooding angeschlossen. Damit ist nach eigenen Angaben das größte Charity-Shopping-Portal Deutschlands entstanden. Gooding bietet neben dem Shoppen für den guten Zweck noch viele weitere Möglichkeiten, gemeinnützigen Organisationen zu helfen.

Neben dem klassischen Charity-Shopping in über 2000 Shops unterstützt Gooding die Organisationen mit unterschiedlichen Funktionen beim Prämiensammeln in diesen Shops. Darüber hinaus können gemeinnützige Organisationen auch Direktspenden und sogar Futterspenden für Hunde und Katzen über die Partnerorganisation Givio sammeln. Mehr als zehn Millionen Euro wurden so bereits für den guten Zweck eingenommen.

► www.gooding.de

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.





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



Nachhaltiges Glück

Der Schweizer Verein fairunterwegs engagiert sich für guten Tourismus

Verantwortung wird auch beim Thema Reisen immer wichtiger. Deshalb empfiehlt sich eine gründliche Planung in jedem Fall. Auf der neu überarbeiteten Online-Plattform von fairunterwegs finden Reisefreudige entsprechende Ratschläge und Hinweise. Und wer den Verein mit einer Spende unterstützt, fördert auch die weitere Entwicklung nachhaltiger Tourismus-Konzepte.

Von RICO STEHFEST

Es war wohl um das Jahr 2018, als der Begriff Overtourism aufkam. Das vielleicht berühmteste Beispiel ist Venedig. Der Ansturm auf Städte ist aber nur ein kleiner Ausschnitt der gesamten Tourismusbranche, die in vielfacher Hinsicht problematisch sein kann, aber eben nicht muss. Tourismus und Nachhaltigkeit lassen sich in Einklang

bringen. Davon waren bereits im Jahr 1977 einige Schweizer überzeugt und gründeten der Verein, der sich selbst als „die einzige tourismuskritische Fachstelle der Schweiz“ bezeichnet. Damals trug er noch den sperrigen Namen „Arbeitskreis Tourismus & Entwicklung“. Irgendwann klang das dann doch zu sehr nach Amt. Der Name fair unterwegs bringt die Kernidee besser auf den Punkt und ist seit 2016 offiziell. „Wir wollen uns verstärkt in die Tourismus-Diskussion einmischen und aufzeigen, was falsch läuft, wie man nachhaltig reisen beziehungsweise Reisen anbieten kann und wie Tourismus im Einklang mit ökologischen Zielen möglich ist“, so Geschäftsleiter Jon Andrea Florin. Dabei ist auch nicht unbedingt allen Menschen klar, was genau nachhaltiges Reisen eigentlich bedeutet.

Seit der Vereinsgründung ist das Thema immer wichtiger geworden. Denn trotz

des steigenden Interesses an einem nachhaltigen Tourismus sind nur etwa zehn Prozent der Schweizer Reisenden bereit, die Treibhausgasemissionen ihres Fluges zu kompensieren, und zertifizierte Angebote erhalten wenig Beachtung. Deshalb hat sich fairunterwegs zum Ziel gesetzt, umweltbewussten Reisenden eine umfassende Informationsplattform zu bieten und es damit möglich zu machen, dass jeder die Lücke zwischen Absicht und Handeln schließen kann. Die Website bietet gebündelte Informationen und Ratschläge für verantwortungsvolles Reisen. Sie richtet sich an alle, die sich für nachhaltigen Tourismus einsetzen und bietet Antworten auf Fragen zur umweltfreundlichsten Reiseoption, faire Geschäftsreisen und nachhaltige Transportmöglichkeiten.

Inhaltlich geht es nicht etwa allein darum, seinen CO₂-Fußabdruck beim Reisen so

gering wie möglich zu halten. Die Themenlage ist komplexer: Kinderarbeit, Menschenrechte und Sextourismus spielen dabei genauso eine Rolle. Diese Themen finden vor allem in dem umfangreichen Abschnitt zu Geschäftsreisen entsprechende Beachtung.

Auch Geschäftsreisen im Fokus

Für Unternehmen geht es eben auch um die Außenwirkung. Aber auch die Ausrichtung eines Unternehmens nach innen, als Arbeitgeber und verantwortliche Institution, macht den nachhaltigen Ansatz von Geschäftsreisen immer bedeutender. Damit können und sollen auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vor eventuellen Risiken wie Korruption geschützt werden. Schlussendlich soll idealerweise eine Reise dazu führen, dass die Lebensqualität der Menschen im entsprechenden Land verbessert wird. Dafür bietet die NGO auch Coachings an und hat damit eine Finanzierungsmöglichkeit ihrer Arbeit entwickeln können.

Reiseblogs für bestimmte Zielgruppen

Für private Reisen hat fairunterwegs eine Liste mit speziellen Reiseblogs als Recherchemöglichkeiten zusammengestellt, darunter etwa für allein reisende Frauen oder Veganer. Und als Daumenregel für eine nachhaltig gestaltete Reise gibt es sogar eine Formel: G.L.Ü.C.K. steht als Anagramm für gemächlich, lokal, Überraschung, CO₂-Ausstoß und korrekter Preis. Anhand dieser Orientierungspunkte lässt sich entspannt eine faire Reise planen und umsetzen.

So nützlich und sinnvoll feste Orientierungspunkte für eine nachhaltige Reise auch sind, gibt es auch immer neue Entwicklungen und Trends. Deshalb setzt sich der Verein in einem eigenen Online-Magazin auch mit aktuellen Fragen und Herausforderungen auseinander und diskutiert diese, etwa das Thema Ski-Tourismus in Zeiten ausbleibender Schneemassen oder das Für und Wider einer Reise mit dem Nachtbus quer durch Europa.

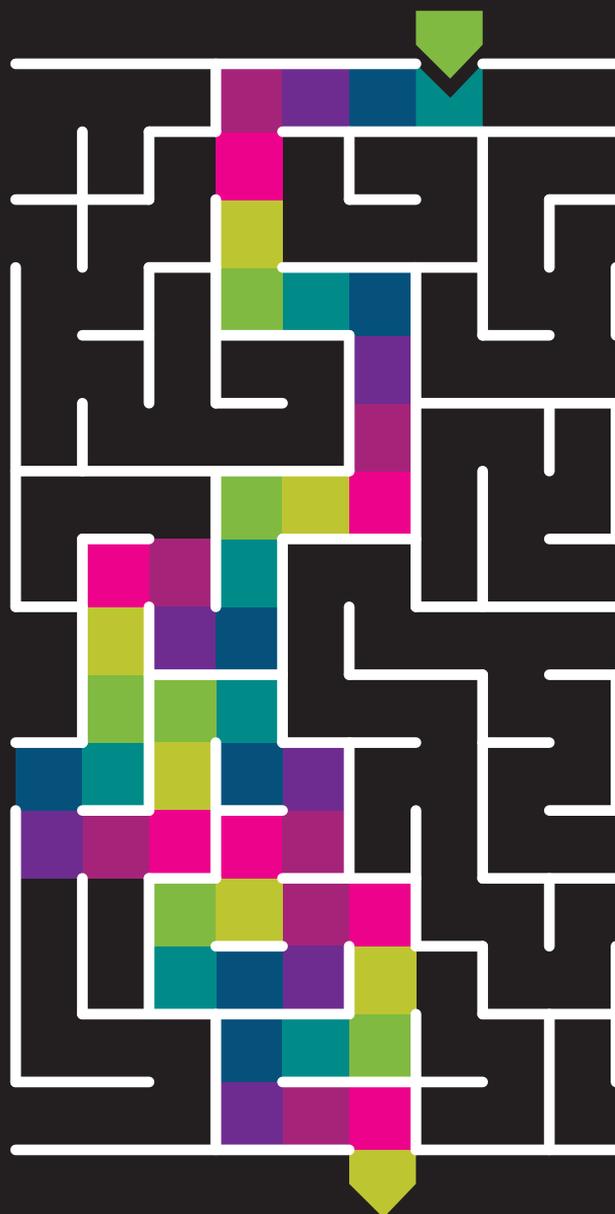
Unterstützung möglich

Wer den Verein mit einer Spende unterstützt oder eine dauerhafte Mitgliedschaft abschließt, fördert damit auch Recherchen wie beispielsweise im Bereich des Kreuzfahrt-Tourismus. Zusätzlich kann man die Arbeit der NGO über deren Shop unterstützen. Dort werden Eigenpublikationen genauso angeboten wie ausgewählte Bücher, Reiseführer und Broschüren rund ums verträgliche Reisen sowie eigens entwickelte Lehrmittel und weitere Materialien zum Unterrichten. 

- ▶ www.fairunterwegs.org
- ▶ www.fairunterwegs-shop.org



Vollkommen orientiert?



**SPENDEN-
MAILINGS MIT
PLAN**

Alexandra Sievert
0521-557359-19



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



Nicht allein

In Wien tragen Initiativen gegen Einsamkeit nachweisbar Früchte

Im Jahr 2021 wurde die Plattform gegen Einsamkeit von Social City Wien, ihrerseits eine Plattform für gesellschaftliche Innovation, mit Unterstützung des Sozialministeriums ins Leben gerufen. Das Ziel: wichtige Angebote, Kooperationen und Informationen zum Thema Einsamkeit und soziale Isolation in Österreich zusammenzuführen. Das zeigt Wirkung. Um das weiter zu fördern, gibt es auch einen Gemeinschaftspreis zu gewinnen.

Von RICO STEHFEST

Die Social Innovation Research Unit (SIRU) der Social City Wien hat im Zuge ihrer Forschung zum Thema Einsamkeit die Nachbarschaftszentren des Wiener Hilfswerks untersucht, um herauszufinden, wie gut Maßnahmen in der Nachbarschaft gegen Einsamkeit funktionieren. Die Ergebnisse zeigen, dass regelmäßige Angebote wie Sprechstunden, sportliche Aktivitäten oder

Bildungsangebote helfen, (wieder) Struktur in den Alltag zu bringen und das soziale Umfeld zu erweitern. Das mag nicht sonderlich überraschen, macht aber auf jeden Fall Mut.

Man muss nur machen!

Auf der Plattform gegen Einsamkeit kann man sich auch umfassend darüber informieren, was genau eigentlich unter dem Begriff Einsamkeit zu verstehen ist und wie differenziert das Phänomen betrachtet werden kann und sollte. Denn: Wer allein ist, ist nicht automatisch einsam. Andersherum ist es ebenfalls (auch) möglich, dass sich einsam fühlt, wer augenscheinlich gar nicht „allein“ lebt. Welche Gefahren vor allem dauerhafte Einsamkeit birgt, lässt sich dort ebenfalls erfahren wie die häufigsten Auslöser und Faktoren für Einsamkeit. Nicht zu unterschätzen sind dabei „Brüche“ oder deutliche Veränderungen in der individuellen Biografie einer Person wie ein Umzug, eine Trennung

oder plötzliche Arbeitslosigkeit. Diese Informationen sind wissenschaftlich fundiert aufbereitet und bieten einige Quellen für weiterführende Recherchen zu dem Thema.

Der Verein Social Innovation Wien, der hinter der Plattform gegen Einsamkeit steckt, ist mit Nachdruck an diesem Thema dran. Deshalb organisierte der Verein Ende November vergangenen Jahres den ersten partizipativen Kongress und Dialogtag gegen Einsamkeit. Die Struktur dieser Tagung ist auch der Tatsache gerecht geworden, dass Einsamkeit bei Weitem kein Alleinstellungsmerkmal älterer Bevölkerungsgruppen darstellt. Auch junge Menschen leiden (vermehrt) darunter. Aus diesem Grund war auch der Verein YEP – Youth Empowerment and Participation mit dabei, der Verein für Mitbestimmung, gesellschaftliche Partizipation und Empowerment von Jugendlichen. Teil der Ergebnisse der Tagung ist eine verstärkte Zusammenarbeit mit dem Kompetenznetzwerk Einsamkeit in Deutschland.

Auf der Plattform wächst die Liste mit Angeboten und Projekten gegen Einsamkeit in allen österreichischen Bundesländern ständig weiter. Interessenten können ihre eigenen Initiativen und Angebote dort unkompliziert über eine Eingabemaske selbst einstellen.

Engagement-Lotsen fördern Engagement

Im Projekt Wiener Freiwilligenagentur findet das Thema Einsamkeit seit Anfang April mit der Aktion „gemEINSAM“ besondere Beachtung. In Kooperation mit dem Wiener Hilfswerk und der Stadtinformation Wien bietet die Freiwilligenagentur auch selbst Engagement-Möglichkeiten für Menschen in Wien. Als sogenannte Engagement-Lotsen fördern Freiwillige in ihrer Region gesellschaftliches Engagement und tragen zur Reduktion von sozialer Isolation bei. Alle Lotsen nehmen vor ihrem Einsatz an zwei kostenlosen Work-

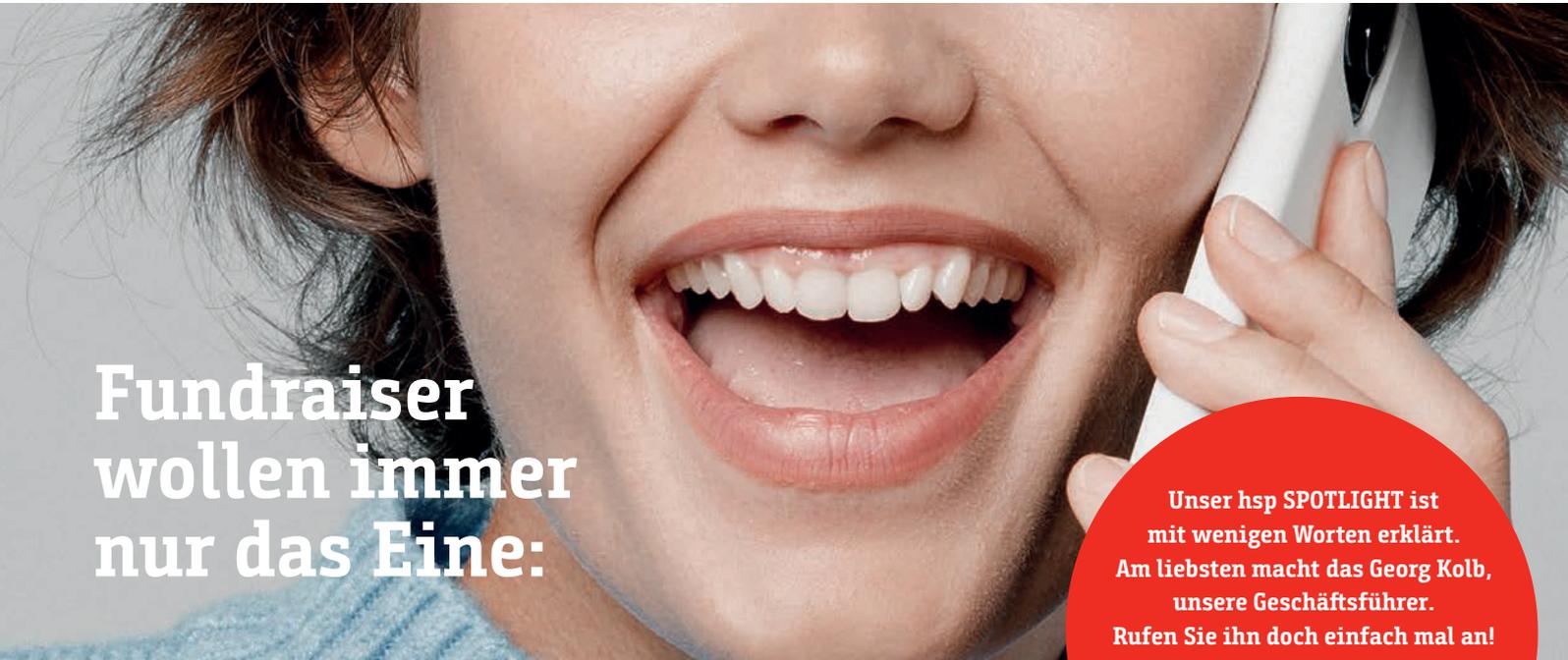
shops teil und sollen als Ansprechpartner und Unterstützer für Menschen unterwegs sein, die sich an lokalen Initiativen oder Projekten beteiligen oder selbst welche entwickeln wollen. Aktuell werden dafür Freiwillige aus den Pilotregionen (Nord/Mitte/Süd) für die nächste kostenlose Qualifizierung als Lotse gesucht, die im Sommer 2024 startet.

Gemeinschaftspreis 2024

Und da bekanntlich auch das schönste Projekt kaum den Aufwand wert ist, wenn der Effekt nicht langfristig gedacht ist, hat die Plattform gegen Einsamkeit den „Gemeinschaftspreis 2024 – Wettbewerb für Projekte gegen Einsamkeit“ ausgeschrieben, für den man sich noch bis 6. September bewerben kann. „Ziel dieser Initiative ist es, Personen und Organisationen auszuzeichnen, die sich durch vielfältiges soziales Engagement in Österreich hervortun. Projekte, die den

ersten Schritt in Richtung soziale Teilhabe gehen und aktiv gegen Einsamkeit wirken, verdienen Anerkennung und eine Bühne“, so die offizielle Ausschreibung. Als Preisgeld winken 1500 Euro. Entscheidend sind dabei „unter anderem die Reduzierung von Einsamkeit und Isolation, die Stärkung der Gesundheitsförderung, die Nachhaltigkeit der Projekte sowie der Innovationsgrad und die praktische Umsetzung“. Bewerben können sich Angestellte im Gesundheits- und Sozialwesen, Initiativen und Gruppen, Schulen, Betriebe, Vereine und Medien, die sich für die Reduzierung von Vereinsamung und sozialer Isolation in Österreich einsetzen. Die Gewinner werden im Herbst bekanntgegeben. 

- ▶ www.plattform-gegen-einsamkeit.at
- ▶ www.freiwilligenagentur.wien
- ▶ www.kompetenznetz-einsamkeit.de



Fundraiser wollen immer nur das Eine:

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

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

Unser hsp SPOTLIGHT ist mit wenigen Worten erklärt. Am liebsten macht das Georg Kolb, unsere Geschäftsführer. Rufen Sie ihn doch einfach mal an!

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

„Zukunftswege Ost“

Zivilgesellschaftliches Engagement fördern: überall in Deutschland

Organisationen, Unternehmen, Stiftungen und Privatpersonen haben sich zusammengeschlossen, um gemeinsam Verantwortung für den gesellschaftlichen Zusammenhalt in Ostdeutschland zu übernehmen. Damit sollen diejenigen gestärkt werden, die ihre Region mit großem Mut und persönlichem Einsatz unter oftmals schwierigen Bedingungen positiv mitgestalten.

Von RICO STEHFEST

Es braucht ein differenzierteres Bild von Ostdeutschland. Um in diesem Zusammenhang Veränderungen in der Wahrnehmung zu schaffen, liegt es geradezu auf der Hand, die Zivilgesellschaft und hier bereits existierende Initiativen und Aktivitäten in den Fokus zu rücken. Grundsätzlich kann und muss gesamtgesellschaftliches Engagement überall geleistet werden. Demokratieförderung ist nicht allein Aufgabe des Ostens. Dennoch braucht es besonders dort neben einer höheren Sichtbarkeit auch eine Förderung entsprechender Strukturen.

An dieser Stelle setzt aktuell die Initiative „Zukunftswege Ost“ an, die als Bündnis von privaten Stiftungen, Organisationen und Unternehmen diejenigen in der Zivilgesellschaft in Ostdeutschland unbürokratisch fördern will, die sich vor Ort engagieren und damit den gesellschaftlichen Zusammenhalt stärken, so die offizielle Verlautbarung bei der Vorstellung der Initiative Mitte März in Berlin. Die Schirmherrschaft dafür hat Staatsminister Carsten Schneider übernommen, Beauftragter der Bundesregierung für Ostdeutschland.

Initiatoren sind die Cellex-Stiftung in Dresden, die Freudenberg-Stiftung in Weinheim, die Stiftung Bürger für Bürger aus Halle sowie die Zeit-Stiftung Bucerus und der Bundesverband Deutscher Stiftungen. Dr. Eva Sturm, Vorstandsmitglied der Cellex-Stiftung



Ostdeutschland als Chefsache: Bundeskanzler Olaf Scholz (Mitte) zu Gast auf der Konferenz „Ostdeutschland 2030 – Heimat und Zukunft“ im November 2023.

und im Bundesverband Deutscher Stiftungen, sieht hier Handlungsbedarf vor allem im ländlichen Raum: „Die Strukturen dort sind desaströs. Die Finanzierung ist nicht sonderlich auskömmlich. Oft stehen die Akteure mit dem Rücken zur Wand. Und wir haben in diesem Jahr Kommunalwahlen. Wir benötigen einen Schulterschluss von Unternehmen, Stiftungen, Politik und der Zivilgesellschaft. Wir müssen nach diesen Landtagswahlen Stabilität schaffen, denn wir sind an einem gesellschaftlichen Kippunkt. Hier müssen wir wirklich zusammenstehen und uns unterhaken. Es gibt viele Stiftungen, die sich schon in Ostdeutschland engagieren. Aber wir brauchen einfach mehr.“ Ihre Botschaft ist deutlich: „Kommt her, hört zu, hört euch die Bedarfe an und schnürt maßgeschneiderte Pakete, aber gemeinsam!“ Deshalb wird die Initiative einen Gemeinschaftsfonds einrichten, aus dem Projekte und Maßnahmen zur Strukturförderung in ländlichen Regionen

Ostdeutschlands gefördert werden. Dieser Fonds soll bis Juli aufgesetzt werden und Projekte unbürokratisch mit bis zu 5000 Euro fördern.

Auch eine langfristige Förderung von Vereinen ist in Planung. Damit sollen demokratische Räume und Aushandlungsprozesse die notwendige Aufmerksamkeit erhalten. „Diese Menschen brauchen keine Aufbauarbeit oder Entwicklungshilfe, sondern Sichtbarkeit, Gehör und solidarische Stärkung für ihre Zukunftsentwürfe, die sie selbstbestimmt vor Ort entwickeln und etablieren“, so die offizielle Verlautbarung vonseiten der Initiatoren. Durch die Bündelung von Ressourcen und Potenzialen wird der Aspekt der Langfristigkeit weiter in den Blick genommen: Verlässliche Unterstützungsangebote sollen die Grundlage für eine sichere Planung bieten. ▣

► www.zukunftswege-ost.de



Erfolgreiche Spender:innen Bindung muss nicht kompliziert und teuer sein!

Apteco Orbit für Fundraiser:innen

Ein intuitives Tool, das Ihre Fundraising und CRM Daten mit Kommunikationsdaten, wie E-Mail oder Social Media, vereint und zielgerichtete, personalisierte und automatisierte Kommunikation über alle Kanäle 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



Sind Sie beim Deutschen Fundraising Kongress in Berlin?
Besuchen Sie uns vom **03.-05. Juni am Stand 25**



„Bewahrung und Innovation spielen hier zusammen“

Ruth Williams ist die neue Geschäftsführerin des Fundraising-Verband Austria. In ihrer Vita finden sich viele spannende Stationen. Matthias Daberstiel sprach mit ihr über die Potenziale der Stiftungs-Landschaft in Österreich und ob das Land der Klein- und Mittelspenden auch die Kultur der Philanthropie und des Großspendens weiterentwickeln kann. Weiterhin verrät Ruth Williams, wie sie es schafft, trotz Terminstress fokussiert und strategisch zu arbeiten.

? Welche ist Ihre Lieblingsfigur von Walt Disney?

Oh, das ist eine sehr schwierige Frage. Ich mag ja all die geheimversteckten Flamingos, die sich über viele Jahre in den alten Filmen gefunden haben. Aber ich glaube, wenn wir uns die aktuellen Filme ansehen, dann finde ich das Monster aus „Monsters, Inc.“ am besten.

? Ich frage das natürlich deswegen, weil Sie mal beim Disney-Konzern gearbeitet haben. Aber wie kommt man denn von Walt Disney zur Caritas? Zu viel Fiktion?

Ich hatte in der Österreich-Niederlassung der Walt Disney Company, die damals noch Buena Vista International hieß, großartige vier Jahre, die sehr, sehr spannend waren und definitiv neue Welten aufgemacht haben. Aber ich habe dann für mich gemerkt, dass die Arbeit natürlich am Ende des Tages sehr zahlengetrieben ist. Und mir hat die sinnstiftende Komponente gefehlt. Natürlich haben wir als Unternehmen auch Charity-Veranstaltungen gemacht, ganz klassisch, aber irgendwie hat es mich mehr in den Dritten Sektor gezogen, und so bin ich dann über Umwege bei der Caritas Österreich gelandet.

? Sie haben dort unter anderem eine Stiftung aufgebaut und sind dann an die Spitze des Verbandes für gemeinnütziges Stiften in Österreich gewechselt. Welche Herausforderungen gibt es denn in diesem Bereich in Österreich?

Österreich hatte eine sehr große stifterische Tradition bis vor den beiden großen Weltkriegen. Danach ist das Stiftungswesen bei uns nie wieder so in Schwung gekommen wie bis dato. Der Stiftungsbegriff war lange Zeit eher mit der Privatstiftung konnotiert und weniger mit Gemeinnützigkeit, wie sie in Deutschland und der Schweiz bekannt sind.

Wenn ich mich in Österreich engagieren will, dann gründe ich einen Verein. Das ist gelernt, da weiß jeder, wie es geht, das geht schnell und einfach. Und irgendwie war die Stiftung als Organisationsform nie die erste Wahl. Die steuerlichen und rechtlichen Rahmenbedingungen stimmten einfach nicht.

Und dann kam 2015 mit der Novellierung des Bundesstiftungs- und Fondsgesetzes ein deutlicher Aufschwung für gemeinnützige Stiftungen. Daran habe ich die letzten fünf einhalb Jahre im Verband für gemeinnütziges Stiften mitgearbeitet und freue mich sehr über die Fortschritte, die wir gemacht haben. Aber

die Stiftung, die ich bei der Caritas Österreich mitgegründet habe, war und ist ein Fundraising-Vehikel. Und das ist auch eine Realität, die wir in Österreich haben. Wir haben nur eine Handvoll großer Förderstiftungen. Viele der gemeinnützigen Stiftungen müssen zumindest teilweise fundraisen, um ihre Mission zu erfüllen.

? Seit Anfang des Jahres sind Sie nun in ganz große Fußstapfen getreten und haben den Fundraising-Verband Austria als Geschäftsführerin übernommen. Was hat Günther Lutschinger als Vorgänger Ihnen mit auf den Weg gegeben?

Günther Lutschinger ist definitiv ein Pionier im österreichischen Fundraising, und es ist natürlich eine sehr große Ehre, seine Arbeit im Fundraising-Verband weiterführen zu können. Günther hat die letzten 20 Jahre sehr, sehr wichtige Arbeit für den Sektor geleistet und zuletzt jetzt auch noch das neue Gemeinnützigkeitsreformgesetz mit auf den Weg gebracht. Aber es ist definitiv nicht mein Ziel, in seine großen Fußstapfen hineinzutreten, sondern natürlich zu sehen, wie wir – mit großem Respekt für das Erbe – den Verband nachhaltig in die Zukunft tragen können und den Dritten Sektor, NPOs sowie Fundraiserinnen und Fundraiser optimal in ihrer Arbeit für die Zivilgesellschaft unterstützen.

? Was sind die Dinge, die Sie gern anpacken würden?

Der Verband ist bestens etabliert. Wir haben aktuell rund 350 aktive Mitglieder – eine solide Basis, auf der ich aufbauen kann. Aber ich glaube, es ist auch ganz wichtig, einen guten Blick auf Innovationen zu haben, die sich für unser Feld auf tun, und wie man diese nutzen kann. Denn wir werden uns auch in den nächsten Jahren großen gesellschaftlichen Umbrüchen stellen müssen, auf... ▶

... Organisationsebene und als Sektor insgesamt. Bewahrung und Innovation spielen da zusammen. Österreich ist beispielsweise ein Land der Klein- und Mittelspenderinnen und -spender. Deshalb finde ich es wichtig, dass wir auch die Kultur der Philanthropie und Großspenden weiterentwickeln.

Brandaktuell ist natürlich alles, was mit dem Gemeinnützigkeitsreformgesetz zu tun hat. Denn viele neue Organisationen werden in Zukunft spendenbegünstigt sein. Endlich haben wir diese tollen Rahmenbedingungen im Fundraising, die wir optimal nutzen sollten.

? Das Gesetz hat ja dazu geführt, dass quasi alle gemeinnützigen Organisationen Österreichs jetzt spendenabzugsberechtig sind. Rechnen Sie mit einem Boom der Mitgliedschaft beim Fundraising-Verband Austria?

Nun, 2024 wird das wahrscheinlich noch nicht passieren, aber ich glaube, 2025 wird man schon sehr klar sehen können, wie viele Organisationen neu gegründet werden. Einerseits haben viele Organisationen in Arbeitsfeldern gearbeitet, die noch nicht spendenbegünstigt waren. Diese werden jetzt die Spendenabsetzbarkeit beantragen. Andererseits haben jetzt viele Organisationen erstmals überhaupt die Möglichkeit, professionell Fundraising aufzubauen und zu betreiben. Kindergärten oder Schulen zum Beispiel. Gerade in dem Bereich erwarte ich viele Neugründungen, die hoffentlich auch zu unserem Netzwerk im Fundraising-Verband dazukommen werden. Der Finanzminister hat Ende letzten Jahres sehr engagiert von 45 000 Organisationen gesprochen. Das ist ein sehr optimistisches Ziel. Diesen Optimismus möchte ich teilen.

? Die Spendenlandschaft wird sich ja dadurch dann auch ein Stück weit verändern. Gab es da kein Rumoren im Verband, dass da plötzlich Konkurrenz auftritt?

Tatsächlich nicht, und das ist wirklich sehr erfreulich. Die Solidarität ist groß. Das neue Gesetz gibt ja auch Erleichterungen und Verbesserungen, die über die Spendenabsetzbarkeit hinausgehen. Beispielsweise, dass Organisationen bereits nach zwölf Monaten

Vereinsarbeit – und nicht mehr wie bisher erst nach 36 Monaten – die Spendenabsetzbarkeit beantragen können. Dass kleine Organisationen keine Wirtschaftsprüfung mehr, sondern nur eine Steuerberatung brauchen, wenn sie weniger als eine Million Euro Spendenumsatz haben. Viele Organisationen profitieren von dieser neuen Situation. Aber natürlich gibt

„Wir werden sektorübergreifend mehr kooperieren müssen, um gut an Lösungen arbeiten zu können, um gut in die Umsetzung zu kommen.“

es auch eine Unsicherheit, weil noch nicht klar ist, wie viele neue Organisationen denn tatsächlich dazukommen. Im Jahr 2022 wurden 1,1 Milliarden Euro gespendet, wobei die Frage der Verteilung ganz sicher im Raum steht. Aber im Vordergrund stehen auf jeden Fall die Solidarität und die Freude, dass der Dritte Sektor auch seitens der Regierung diese Anerkennung und diese Wertschätzung erfahren hat. Und einen Vertrauensvorschuss.

? In Deutschland wird gerade wieder diskutiert, dass der Dritte Sektor zu wenig politisch schlagkräftig ist für seine Größe. Wie konnten Sie solche weitreichenden Reformen durchsetzen?

Ich glaube, der Leidensdruck war groß, und das schweißte zusammen. Ich habe es aber auch als höchst erfreulich empfunden, dass wir gemeinsam als Netzwerk durchaus auch auf einer Metaebene Themen vorantreiben konnten. Kooperationen können sehr erfolgreich sein. Man sieht das ja auch an „Vergissmeinnicht“, der Testamentsinitiative des Verbandes. Hier arbeiten mittlerweile über 100 Organisationen zusammen. Und natürlich geht es am Ende des Tages um Spenden, um Legate für die einzelnen Organisationen. Aber die Beschäftigung mit dem Thema auf einer Metaebene, die passiert quasi unabhängig von der eigenen Organisation, sondern im

Sinne des Sektors. Und das ist schon eine Besonderheit, die uns natürlich dabei hilft, dass wir gemeinsam auch einen größeren Impact haben können, weil wir gemeinsam am selben Strang ziehen. So können wir auch die Diversität des Sektors mit hineinbringen, denn NGO ist nicht gleich NGO. Alle haben unterschiedliche Größen, Bedürfnisse, Zielgruppen. Hier gemeinsam kommunizieren zu können, das ist schon sehr, sehr wertvoll und, wie man sieht, erfolgreich!

? Das klingt allerdings auch alles nach sehr viel Arbeit. Wo finden Sie Kraft, Entspannung und Kreativität?

Entspannen kann ich beim Sport. Weil mein Körper dann so auf Überlebensmodus ist, dass ich nicht denken kann. Das ist wunderbar. Die Zeit ist einfach hektisch, nicht nur in Führungspositionen. Ich schaffe mir beispielsweise Fokusmomente. Also ich schaue, dass ich mir in der Woche immer zumindest einen halben Tag im Kalender blockiere, wo ich fokussiert strategisch arbeiten kann. Und wenn man hier konsequent ist, dann bringt man in so einer konzentrierten Fokuszeit schon sehr viel voran. Sonst überrollt einen der Alltag.

? Was würden Sie sich für das Fundraising in Österreich noch wünschen?

Wir stehen als Gesellschaft gerade vor so vielen, so großen Herausforderungen. Und ich glaube, wir müssen es in den nächsten Jahren schaffen, aus unserem Silodenken herauszukommen. Wir werden sektorübergreifend mehr kooperieren müssen, um gut an Lösungen arbeiten zu können, um gut in die Umsetzung zu kommen. Öffentliche Hand, NGOs, Unternehmen und auch Medien müssen mehr kooperieren. Meine Hoffnung wäre, dass wir diese Kooperationsräume schaffen, um hier sektorübergreifend an einem guten Leben für alle auf einem lebenswerten Planeten zu arbeiten. Das wäre mein Traum. Ich sehe auch im Fundraising noch viele Entwicklungsmöglichkeiten. Das möchte ich gerne in den nächsten Jahren gemeinsam mit meinem Team im Verband und mit den Mitgliedern voranbringen. 

► www.fundraising.at

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

Kompetent, menschlich, digital.

Telefon-Fundraising
schafft Bindung.



In- & Outbound-
Telefonie



Spendenservice



Chat-Service



Beratung
& Schulung

IHR KONTAKT:

Sebastian Maetzel · Manuela Ewert

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



Tierisch inszeniert



Ob Catcontent oder eine Schar Hundewelpen – tierische Stars auf Social Media sammeln Likes und Herzen. „Vier Pfoten – die Stiftung für Tierschutz“ ruft dazu auf, sensibler mit den Inhalten sogenannter „Petfluencer“ umzugehen. Ein schönes Foto des Tieres sei vollkommen okay, wird es jedoch für mehr Reichweite extra inszeniert, z.B. mit einer Verkleidung oder in unnatürlichen Situationen, sollte man lieber kein Like hinterlassen, da hier das Wohl des Vierbeiners gefährdet sei, warnt die Stiftung.

► www.vier-pfoten.ch

Neues Steuerrecht

Stiftungsstandort Zürich soll gestärkt werden

Das Steueramt des Kantons Zürich hat die Rahmenbedingungen für gemeinnützige Stiftungen angepasst. Sie können jetzt ihre Mitglieder im Stiftungsrat angemessen entschädigen und gleichzeitig steuerbefreit sein. Bevor die Regelung in Kraft getreten ist, konnten Stiftungsräte nur ehrenamtlich arbeiten, um die Steuerbefreiung wegen Gemeinnützigkeit nicht zu verlieren.

Auch gemeinnützige Tätigkeiten im Ausland, die nicht zur Entwicklungszusammenarbeit oder humanitären Hilfe gehören, können nun von der Steuerzahlung befreit werden. Voraussetzung ist, dass sie aus Schweizer Sicht gesamtgesellschaftlich förderungswürdig sind. Unternehmerische Fördermodelle, die keine Konkurrenz zu steuerzahlenden Investoren darstellen, müssen nun ebenfalls nicht mehr besteuert werden. Mit diesen Maßnahmen soll der Stiftungsstandort Zürich gestärkt werden.

MEINE MEINUNG

„Es macht zuversichtlich, dass junge Menschen auf Demokratie setzen“

Ein Kommentar von UTE NITZSCHE



Die junge Generation in Deutschland vertraut der Demokratie, sogar mehr als Gleichaltrige in anderen europäischen Län-

dern. So lautet das Ergebnis einer aktuellen Studie der Bertelsmann-Stiftung. Nach der deutschen Bundesregierung befragt, ergibt sich jedoch ein etwas anderes Bild. Hier dominiert eher Misstrauen. Sollte uns das zu denken geben? Oder war es nicht vielmehr schon immer so, dass die jungen Altersgruppen Autoritäten ablehnen und ihr eigenes Ding machen wollen? Statt die Gen Z ständig darauf zu reduzieren, sie sei nicht leistungsfähig, dafür selbstverliebt und vor allem mit sich beschäftigt, sollten wir uns dessen bewusst sein, dass nachfolgende Generationen immer auf ihre Umwelt und die Umstände reagieren (müssen), die ihnen von den vorgehenden Generationen hinterlassen werden. Oder einfacher gesagt: Wer muss die Suppe auslöffeln? In diesem Fall nicht jene, die sie angerührt haben. Gerade deshalb macht es mich zuversichtlich, dass junge Menschen trotz Dauerkrisenmodus und mangelnder Problemlösungskompetenz vieler Regierungen bewusst auf die Demokratie setzen. Das war schließlich nicht immer so in Deutschland, und wir wissen, wohin das führte. Es ist daher an der Zeit, dass wir nachrückenden Generationen mehr Vertrauen schenken, ihnen zuhören und gute Ideen unterstützen. Und dass wir alles dafür tun, dass sie ihren Glauben an die Demokratie als lebenswerte Staatsform nicht verlieren.

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

Kurzgefasst ...

Wiederaufbau im Ahrtal

Vom 8. bis 23. Juni 2024 findet im Ahrtal das zweite Fluthilfencamp der Jugendbauhütten der Deutschen Stiftung Denkmalschutz statt. Unter dem Motto „Kulturgut in GefAHR! Wir helfen weiter“ wollen über 300 Freiwillige aus ganz Deutschland bei einer großangelegten Hilfsaktion historische Gebäude wieder aufbauen, die bei der Flut 2021 beschädigt wurden.

► www.denkmalschutz.de

Lego setzt auf Inklusion

Die Lego Foundation baut zusammen mit der Lego-Gruppe und Lego House ihre Inklusionsinitiativen aus. Damit sollen langfristige Initiativen zur Unterstützung neurodiverser Menschen gestärkt werden. So kann man z.B. in einigen Lego Stores Taschen mit sensorischen Hilfsmitteln wie lichtdämpfende Brillen oder geräuschreduzierende Kopfhörer ausleihen.

► <https://learningthroughplay.com>

Online-Magazin für Brennpunktschulen

Mit „SchuB“ hat die „Wübben Stiftung Bildung“ ein kostenloses Online-Magazin für Schulen in Brennpunktgebieten gestartet. Es beinhaltet zum Beispiel praktische Tipps von Schulen für Schulen, Porträts der engagierten Menschen vor Ort und brennpunktspezifische Konzepte. Es gibt auch eine interaktive Kommentarfunktion. Zweimal pro Woche erscheinen neue Inhalte.

► www.schub-magazin.org

Im Einsatz für moderne Medizin

Die B. Braun-Stiftung, die sich für eine moderne Medizin und eine bessere Gesundheitsversorgung einsetzt, ist zur Wissenschaftsstiftung des Jahres gekürt worden. Der Preis ist mit 10 000 Euro dotiert und wird von der Deutschen Universitätsstiftung und dem Stifterverband ausgelobt. Zur Begründung heißt es, die Stiftung setze exemplarisch Maßstäbe.

► www.bbraun-stiftung.de

Ab jetzt gemeinsam

Seit Anfang des Jahres nutzt die Pax-Bank-Stiftung die fachliche Expertise der Caritas-Stiftung im Erzbistum Köln bei administrativen Aufgaben wie Buchhaltung, Jahresabschluss und Zahlungsverkehr. Mit der Kooperation im Verwaltungsbereich soll die Pax-Bank-Stiftung entlastet werden, sie bleibt aber als rechtlich selbstständige Stiftung weiterhin unabhängig.

► www.pax-bank.de

► <https://caritas.erzbistum-koeln.de/caritasstiftung>

Wie tickt ihr?

Neue Studie zur jungen Generation

Vertrauen in die Demokratie, aber ein kritischer Blick auf die Bundesregierung und Angst um die mentale Gesundheit – diese Erkenntnisse ergaben sich aus der Studie „The Next Generation in Germany: Perspectives on Building a Sustainable Tomorrow“, welche die Bertelsmann-Stiftung in Auftrag gegeben hat. Befragt wurden Menschen zwischen 18 und 30 Jahren.

59 Prozent geben an, der Demokratie zu vertrauen; 62 Prozent sagen das in Bezug auf die Europäische Union. Damit liegen die Zahlen über dem Durchschnitt in anderen europäischen Ländern. Über die Hälfte der Befragten, nämlich 52 Prozent, äußerten sich allerdings misstrauisch gegenüber der Regierung sowie gegenüber Medien (60 %) und Religion (58 %). Menschenrechte und Klimawandel sind weitere Themen, die die jungen Erwachsenen beschäftigen. Eine besondere Rolle spielt darüber hinaus die mentale Gesundheit: 41 Prozent geben an, sich darüber Sorgen zu machen. Bei den älteren Befragten sind das nur 26 Prozent. Die Studie steht kostenlos zum Download bereit auf:

► bertelsmann-stiftung.de

So geht Stiftung!

Stifterfunk – Podcast für das Stiftungsmanagement



in Kooperation mit





Stiftungen als politische Gamechanger

Was die Zivilgesellschaft tun kann, um Demokratiefreunden entgegenzuwirken

Democracy is under attack. Das gilt nicht nur in den USA, sondern gerade auch in Deutschland. Die extreme Rechte ist auf dem Vormarsch, die Wahl- und Umfrageergebnisse für die AfD sind so hoch wie nie. Die Wahlen 2024 auf Europa- und Landes-, aber gerade auch auf kommunaler Ebene werden wohl weitere Erfolge für die Rechtsaußen-Partei mit sich bringen. Was können wir als Zivilgesellschaft tun, um diesem Trend entgegenzuwirken? Und was ist hierbei die Rolle der Stiftungen?

Von Dr. MAXIMILIAN OEHL

Hochburg, Kommandozentrale und Propagandamaschine für die extreme Rechte zugleich sind die sozialen Medien. Die AfD hält plattformübergreifend einen Marktanteil unter den politischen Parteien von über 40 Prozent, auf TikTok sind es über 70 Prozent, auf YouTube gar über 80 Prozent. Keine andere politische Kraft investiert so systematisch, umfassend und langfristig in diese Infrastruktur – es ist kein Wunder, dass sie den immer stärker sozial-medial beeinflussten öffentlichen Diskurs phasenweise vor sich hertreibt. Wir als Zivilgesellschaft

müssen uns dieser Entwicklung entgegenstellen. Wir müssen die sozialen Medien für pro-demokratische Stimmen zurückerobern und dort unsere demokratische Diskurskultur wiederherstellen. Selbstredend müssen wir auch die Plattformen stärker in die Pflicht nehmen, ihre Algorithmen demokratie-stabilisierend – und nicht demokratie-gefährdend – auszurichten und entsprechende Regulatorik auf den Weg bringen.

Wer hat die Diskurshoheit in den sozialen Medien?

All diese Aktivitäten kosten Geld. Der extremen Rechten stehen nicht nur in den Parteistrukturen der AfD, sondern mutmaßlich auch in zahlreichen Vorfeldorganisationen umfassende finanzielle Mittel zur Verfügung, um die Diskurshoheit in den sozialen Medien zu behaupten. Wenn wir uns die Finanzierungsvolumina von privaten deutschen Stiftungen vor Augen halten, mangelt es an solchen Finanzmitteln auf der pro-demokratischen Seite eigentlich nicht. Das Problem jedoch ist: Stiftungen sind bislang eher zurückhaltend, was klar auf die Verteidigung der Demokratie ausgerichtete

Förderungen oder Projekte betrifft. Denn diese ragen notwendigerweise nicht selten in den Raum der tagesaktuellen diskursiven Auseinandersetzung hinein, eben gerade in den herkömmlichen und sozialen Medien. Derlei Aktivitäten werden in Stiftungsräten und Kuratorien häufig als „zu politisch“ wahrgenommen. Es sei dies kein Feld, das Stiftungen zu bestellen hätten, vielmehr seien hierzu die politischen Parteien und parteinahen Stiftungen aufgerufen.

Für ein Gleichgewicht im demokratischen Prozess

Diese Position erscheint nachvollziehbar, wenn wir uns die bundesrepublikanischen Ursprünge der Stiftungen und ihrer Selbstverständnisse vor Augen halten: In einem ausgewogenen politischen System, in dem eindeutig pro-demokratische Parteien den Wettstreit an der Urne unter sich ausmachen, sollte die institutionalisierte Philanthropie in Gestalt der Stiftungen sich nicht auf eine Seite schlagen – und so womöglich noch den demokratischen Prozess in ein Ungleichgewicht bringen. Die Zeiten heutzutage sind jedoch andere. Die Parteien und parteinahen

Stiftungen wirken zunehmend argumentativ sowie strukturell und ressourcenmäßig überfordert mit dieser massiven Bedrohung von Rechtsaußen. Zudem haben wir nicht nur in den USA erlebt, wie schnell eine Demokratie und gar ihr Parlament zum Gegenstand gewalttätiger Auseinandersetzungen werden können. Demokratien können sterben – vor allem dann, wenn die Demokraten keine klare Grenze zum Extremismus ziehen und gemeinsam und entschlossen handeln.

Gegen verfassungsfeindliche Bestrebungen

Stiftungen können in dieser Situation politische Gamechanger sein, indem sie sich mit entschlossenen Handlungen auf die Seite der Demokratie stellen. Es ist aktuell ja gar nicht nötig, Partei für eine bestimmte politische Strömung zu ergreifen. Es gilt schlicht, unsere Demokratie, unsere Verfassung und

unseren Rechtsstaat gegen Extremisten zu verteidigen – vor allem auch in den sozialen Medien. Das Gemeinnützigkeitsrecht steht dem nicht im Wege – verfassungsfeindliche Bestrebungen können bereits nach der geltenden Rechtslage umfassend mit gemeinnützigen Aktivitäten und Förderungen bekämpft werden.

Konkrete Handlungen sind gefragt

Es ist daher ein tolles Zeichen, dass sich nun immer mehr Menschen in den Stiftungen auf den Weg machen, ebendiesen Pfad einzuschlagen, so wie etwa Anfang Februar auf der Tagung des Arbeitskreises Kommunikation des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen bei der Stiftung Mercator in Essen. Die Zeichen der Zeit sind bei vielen erkannt – jetzt müssen sie sich auch in entsprechenden Stiftungsaktivitäten und För-

derprogrammen niederschlagen. Stiftungen und Zivilgesellschaft Hand in Hand können und müssen nun all ihr Potenzial als politische Gamechanger entfalten. Für unsere Demokratie. In diesem Sinne: Let's get to work! ▣



Dr. Maximilian Oehl ist Co-Initiator und Executive Director von Brand New Bundestag. Er ist Volljurist und hat im Wirtschaftsvölkerrecht über den Rechtsrahmen nachhaltiger Ressourcennutzung promoviert. Zu Studienzeiten war er treibende Kraft hinter der Refugee-Law-Clinic-Bewegung, als Gründungsvorsitzender der Refugee Law Clinic (RLC) Köln sowie später des Dachverbandes RLCs Deutschland. Den Bundestag lernte er u.a. als migrationspolitischer Berater auch von Innen kennen. 2022 wurde Maximilian Oehl für sein Sozialunternehmertum als Ashoka Fellow geehrt.

► www.brandnewbundestag.de

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



Unterm Radar: die Treuhandstiftung

Weit verbreitet, beliebt und schnell – womit Treuhandstiftungen punkten

Wenn in Deutschland über Stiftungen gesprochen wird, dann handelt es sich in aller Regel um rechtsfähige Stiftungen bürgerlichen Rechts. Doch tatsächlich gilt die unbekanntere Treuhandstiftung als die ursprüngliche Form einer Stiftung. Sie ist in Deutschland weit verbreitet und erfreut sich großer Beliebtheit. Warum ist das so und wo liegen ihre Stärken?

Von **MATTHIAS MARX**

Die Treuhandstiftung, die mitunter auch als unselbstständige Stiftung, nicht rechtsfähige Stiftung oder fiduziarische Stiftung bezeichnet wird, gilt in Deutschland als beliebteste Form zur Verwirklichung stifterischer Wünsche und Vorhaben. Auch wenn es keine offizielle, amtlich bestätigte Zahl zur Menge an Treuhandstiftungen gibt, sind sich Experten einig, dass ihre Gesamtzahl die der rechtsfähigen Stiftung weit übersteigt. Schätzungen gehen von bis zu 80 000 Treuhandstiftungen in Deutschland aus.

Mehrheitlich reine Förderstiftungen

Im Gegensatz zur rechtsfähigen Stiftung bürgerlichen Rechts besitzt die Treuhandstiftung keine eigene Rechtspersönlichkeit.

Sie ist rechtlich gesehen „nur“ ein wirtschaftliches Sondervermögen oder „Zweckvermögen des privaten Rechts“. Der Treuhänder wird Eigentümer der übertragenen Vermögenswerte und hat sie nach Maßgabe des Stifterwillens zu verwalten. Mehrheitlich handelt es sich bei Treuhandstiftungen um reine Förderstiftungen, die die Vermögenserträge zur Förderung (fremder) gemeinnütziger Organisationen oder Projekte einsetzen.

Treuhandstiftungen weisen einige Stärken und Vorteile auf, wie etwa eine schnelle Gründung. Im Vergleich zur rechtsfähigen Stiftung bedarf die Treuhandstiftung keiner staatlichen Anerkennung durch eine Stiftungsaufsicht unter Beachtung des Bürgerlichen Gesetzbuchs (BGB) und des jeweiligen Landesstiftungsgesetzes. Dies ist insbesondere vorteilhaft, wenn beispielsweise noch schnell vor Jahresende Vermögen aus steuerlichen Gründen gestiftet werden soll.

Vertrag regelt die Zwecke

Für die Errichtung einer Treuhandstiftung wird ein Vertrag zwischen dem Stifter beziehungsweise Treugeber und dem Rechtsträger geschlossen, in dem geregelt wird, für welche Zwecke dieser die Erträge aus

der Verwaltung des Stiftungsvermögens einzusetzen hat. Da die „Satzung“ einer Treuhandstiftung keine Satzung im Rechtsinne ist, kann sie, durch den Stifter und den Treuhänder zu Lebzeiten des Stifters, beispielsweise in Hinblick auf Zwecksetzung und Stiftungsorganisation, unter Umständen leichter geändert werden als die einer staatlich anerkannten Stiftung.

Zudem verlangen die Aufsichtsbehörden in der Regel mindestens 100 000 Euro Stiftungskapital zur Gründung einer rechtsfähigen Stiftung, während es eine solche Mindestgrenze in Bezug auf Treuhandstiftungen offiziell nicht gibt.

Status der Steuerbefreiung

Ebenso wie eine rechtsfähige Stiftung kann auch eine nicht rechtsfähige Treuhandstiftung den Status der Steuerbefreiung dauerhaft erlangen. Als Steuersubjekt wird sie regelmäßig durch das Finanzamt überprüft, was Stiftern bereits zu Lebzeiten eine gewisse Sicherheit garantiert.

Der Treuhänder fungiert in diesem Konstrukt als Rechtsträger. Er wird für die Treuhandstiftung unter dem Namen der Stiftung im Rechts- und Geschäftsverkehr tätig und trifft alle Maßnahmen zur Erfüllung des

Stiftungszwecks. Bei der Wahl des Treuhänders empfiehlt sich eine juristische Person und insbesondere eine rechtsfähige Stiftung, die als „Dachstiftung“ über hinreichend Erfahrung im Stiftungsrecht verfügt, selbst als gemeinnützig anerkannt und optimalerweise auch mit dem spezifischen Stiftungszweck vertraut ist. Je nach Treuhänder profitiert die Treuhandstiftung überdies von einer großen Expertise in der Vermögensanlage und von geringeren Verwaltungskosten.

Einfluss des Stifters

Dass der Treuhänder die rechtliche Verantwortung für die Treuhandstiftung übernimmt und Eigentümer des gestifteten Vermögens wird, bedeutet nicht, dass der Stifter auf jeglichen Einfluss verzichten muss. Der Stifter kann in der Satzung die Einrichtung einer internen Beratungs- und

Kontrollinstanz, wie ein Kuratorium oder einen Beirat, vorgeben.

Auch Personen, die finanzielle Zuwendungen an steuerbefreite Treuhandstiftungen leisten, können von besonderen steuerlichen Abzugsmöglichkeiten profitieren. Hierbei spricht man vom sogenannten erweiterten steuerrechtlichen Sonderausgabenabzug.

„Drum prüfe, wer sich ewig bindet!“

Auch wenn die Vorteile einer Treuhandstiftung für sich sprechen, gibt es alternative Stiftungsformen, wie die rechtsfähige Stiftung bürgerlichen Rechts, die über eigene spezifische Vorteile verfügt. Dazu zählt vor allem die zusätzliche Kontrolle durch eine staatliche Stiftungsaufsichtsbehörde am Sitz der Stiftung, die die Beachtung des Stifterwillens durch die Stiftungsorgane kontinuierlich überwacht. Aus diesen Gründen ist es von entscheidender Bedeutung, jede

Stiftungsgründung sorgfältig vorzubereiten und jede Stifterin und jeden Stifter individuell und unvoreingenommen in Bezug auf die passende Stiftungsform zu beraten. ■



Matthias Marx ist bei der EngagementZentrum GmbH, der gemeinwohlorientierten Tochtergesellschaft der Volksbank BRAWO, in Braunschweig tätig und hat sich nach seinem

sozialwissenschaftlichen Studium u.a. als zertifizierter Fundraising-Referent (Fundraising-Akademie), Projektmanager für gemeinnützige Fördergelder (Deutsche Fördermittelakademie) sowie zertifizierter Stiftungsberater und -manager (Deutsche Stiftungsakademie) auf die Bereiche Fundraising und Stiftungsgründung spezialisiert. Er berät regelmäßig Vertreterinnen und Vertreter gemeinnütziger Organisationen bei der Entwicklung von Fundraising-Strategien.

► www.engagementzentrum.de

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





Fragen, was gebraucht wird

Basis-Studien als Fundament für effiziente und nachhaltige Projektarbeit

Wie setzt man ein Entwicklungsprojekt in einem entlegenen Bezirk in Äthiopien möglichst effizient ins Werk? Die Stiftung Menschen für Menschen Schweiz nutzt als Fundament für Projekte eine Baseline-Studie, wofür sie rund 400 Familien vor Ort befragte.

Von MICHAEL KESSELRING

Im äthiopischen Distrikt Hambela Wamena leben 200 000 Menschen ohne Straßen, ohne Industrie, fast ohne Handel. Nur eine von zehn Familien hat Zugang zu Trinkwasser. Die Felder pro Familie sind kleiner als ein Fußballfeld, davon können sie mit im Durchschnitt sieben Mitgliedern nicht leben. Die Folge: 70 Prozent der Familien hungern fünf bis acht Monate im Jahreslauf.

Gewöhnlich sind statistische Angaben in dieser Tiefe in Äthiopien nicht verfügbar. Man muss sie selbst erheben – mit beträchtlichem Aufwand. Die Schweizer

Stiftung Menschen für Menschen lud in einer Ausschreibung fünf äthiopische Consulting-Firmen ein, ein Angebot für die Untersuchung in Hambela Wamena abzugeben. Den Zuschlag bekam die Firma Gillo Consult aus Addis Abeba, die das technisch und finanziell beste Angebot eingereicht hatte. Zur Jahresmitte 2023 zogen einheimische Interviewer eine Woche lang von Hof zu Hof in Hambela Wamena. Insgesamt befragten sie 373 zufällig ausgewählte Familien.

Dreijähriger Plan für integriertes Entwicklungsprojekt

Aufgrund der Erkenntnisse und Empfehlungen in der Baseline-Studie wurden alle Aktivitäten des künftigen Projektes konzipiert. Menschen für Menschen arbeitet mit äthiopischen Partnerorganisationen. In Hambela Wamena setzen die Agronomen von „Ethio Wetlands and Natural Resources Association“ (EWNRA) die Hilfsmaßnahmen

vor Ort um. In einem mehrmonatigen Prozess stimmten die Entwicklungsexperten im Landesbüro von Menschen für Menschen mit den Counterparts von EWNRA einen dreijährigen Plan für ein „integriertes Entwicklungsprojekt“ mit zahlreichen Maßnahmen ab.

Zum Jahreswechsel wurde der Plan verabschiedet, seit Anfang März sind die einheimischen Landwirtschaftsberater in den Dörfern, um die Maßnahmen mit der Bevölkerung umzusetzen. So quantifizierte die Baseline-Studie die katastrophale Trinkwasserversorgung. Als Ergebnis werden nun zehn defekte Brunnen repariert und 16 neue Wasserstellen gebaut. Davon profitieren rund 6000 Menschen. Um die Nachhaltigkeit zu sichern, werden sogenannte Wasserkomitees geschult: Einwohner sind künftig selbst für die Wartung der Brunnen zuständig. Die Komitees ziehen auch die Wassergebühren für etwaige Reparaturen ein, die dann eigenständig durchgeführt werden können.

100 Prozent Zinsen auf Kredite

Die Baseline-Studie ergab, dass die Familien bislang nur einen äußerst eingeschränkten Zugang zu Finanzdienstleistungen hatten. Bei Banken bekommen arme Kleinbauern kein Geld. Sie sind auf private Verleiher angewiesen. Diese verlangen traditionell 100 Prozent Zinsen. Wenn also Familien Geld leihen, um Lebensmittel oder auch Samen für die nächste Aussaat erwerben zu können, müssen sie mit einem großen Teil der nächsten Ernte die Zinsen bedienen: eine Armutsfalle. Deshalb legt das Projekt nun einen Fokus auf den Aufbau von Kooperativen und Spargruppen, an die faire Mikrokredite vergeben werden. Die Spargruppen richten sich speziell an Frauen, die dort vielfältige Schulungen erhalten, zum Beispiel auch zu Familienplanung. Denn die Baseline-Studie ergab, dass 55 Prozent der Familien nicht verhüten. Von diesen gaben 38,5 Prozent an, dass sie aus einem Mangel an Wissen keine Familienplanung betreiben.

Erneute Befragungen zu späterem Zeitpunkt

Binnen drei Jahren soll in Hambela Wamena das Dasein von 3600 Tagelöhner- und Kleinbauern-Familien mit insgesamt 25 000 Mitgliedern wesentlich verbessert werden. Ob das gelingt? Das wird eine erneute Befragung der Familien klären. Diese Evaluation kann dann anhand der Zahlen und Indikatoren in der Baseline-Studie genau untersuchen, ob und welche Fortschritte die Familien wirtschaftlich erzielt haben. Für eine allfällige zweite dreijährige Projektphase bildet diese Ergebnisstudie dann die Voraussetzung für etwaige Optimierungen.

Die Kosten für die Baseline-Studie in Hambela Wamena beliefen sich auf rund 7000 Schweizer Franken. Das sind rund 0,6 Prozent des gesamten Budgets. Zum Vergleich: Die Fassung einer Quelle für sicheres Trinkwasser in Hambela Wamena kostet rund 3000 Franken.

Die Stiftung Menschen für Menschen Schweiz erachtet das Geld für die Baseline-Studien als gut investiert. Sie sind seit vielen Jahren ein wichtiges Werkzeug und werden es bleiben. Denn für den Erfolg eines Projektes ist nicht nur die Zahl der Wasserstellen oder des verteilten Getreides maßgeblich, sondern vor allem die langfristige Wirkung. Und dafür sind die erhobenen Daten die Voraussetzung. ▣



Michael Kesselring hat an der Universität Luzern Gesellschafts- und Kommunikationswissenschaften studiert. Bei der Schweizer Stiftung Menschen für Menschen ist er als Co-Geschäftsführer für Spenderkommunikation und Medienarbeit verantwortlich. Projektbesuche in Äthiopien stellen sicher, dass er Spendern und Medien in der Schweiz aktuell und kompetent berichten kann.

► www.mfm.ch



Lehrgang in Berlin ab September 2024

Zertifizierte/r Philanthropie-Berater/in

11.-13. Sept. 2024 | Berlin

23.-25. Okt. 2024 | Online

4.-6. Dez. 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**

Jetzt zum Frühbucherpreis anmelden:



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

Veranstalter:



ESV AKADEMIE

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

Österreichisches Face-to-Face-Fundraising als internationales Best Practice

Von der Dialoger:innen-Zertifizierung über die Qualitätssicherung durch die QIF bis zum weltweit ersten internationalen F2F-Kongress – Österreichs F2F-Szene ist in Bewegung. Ein Gespräch mit Ilka Schmiedl und Stephan Kropf vom Fundraising Verband Austria.

F2F-Fundraising ist in Österreich fest im Fundraising-Mix der meisten Organisationen verankert. Woran liegt das?

Stephan Kropf: Zum einen hat Fördermitgliedschaftswerbung unter Passant:innen hierzulande eine lange Tradition. Als Fundraising-Methode ist F2F tatsächlich in Österreich erfunden worden und hat sich ausgehend von hier in der ganzen Welt verbreitet. Deshalb ist gerade diese Art der Spendenakquise bestens etabliert und vor allem zentral dabei, neue Spender:innen zu erreichen. Vielfach werden daraus langfristige Unterstützer:innen gemeinnütziger Anliegen. Im Schnitt bleiben Fördermitglieder der entsprechenden NPO sieben Jahre treu und intensivieren ihr Engagement mit Spenden, die über den Fördermitgliedsbeitrag hinaus gehen. Insgesamt werden in Österreich 16 % aller neuen Unterstützer:innen durch das direkte Gespräch auf der Straße oder an der Haustür gewonnen.

Zum anderen hat sich der Job als Dialoger:in sehr facettenreich entwickelt. Heutzutage ist F2F-Fundraising weit mehr als nur ein Job exklusiv für junge Menschen. In Österreich gehen aktuell beispielsweise Dialoger:innen der ersten Stunde in Pension. Einige sind in Leitungsfunktionen aufgestiegen, bis hin zu Geschäftsführungspositionen. Man kann also durchaus sagen, dass F2F-Fundraising im Verlauf der vergangenen drei Jahrzehnte zu einer anerkannten Profession im Sektor geworden ist.

Der Erfahrungsaustausch unter F2F-Fundraiser:innen auf der ganzen Welt war zentral beim 1st International F2F-Congress im

Vorjahr in Wien. Wie ist im Verband die Idee zu einem eigenständigen F2F-Kongress neben dem mittlerweile 30-jährigen Österreichischen Fundraising Kongress entstanden?

Ilka Schmiedl: Erste Ideen zu solch einem Veranstaltungsformat entstanden im Verband bereits ab 2016. Zwischenzeitlich gab es in Mexiko Versuche, solch einen Kongress zu realisieren, die allerdings bald versandeten. Deshalb nahm der FVA im Rahmen des regen internationalen Austauschs das Ruder in die Hand und startete mit einem Programmkomitee die Vorbereitungen für die für 2020 geplante Erstausgabe. Dann kam bekanntlich die Pandemie dazwischen. Corona brachte für den F2F-Sektor große Herausforderungen, aber auch viele Chancen mit sich: Der enge Austausch und die dabei entstandenen einheitlichen Sicherheitsstandards in der Szene brachten Österreichs Dialoger:innen früher als in anderen Ländern – noch während der Lockdowns – zurück auf die Straße. Agenturen und Inhouse Programme rückten dabei näher zusammen, was zu einem besseren, amikaleren Miteinander führte. Auch auf internationaler Bühne fand in dieser Zeit ein vielfältiger Austausch statt. All das unterstrich, welche positiven Effekte ein internationaler Kongress für die Szene auf globaler Ebene haben könnte. Nachdem die Pandemie das Veranstaltungswesen noch länger einschränkte, musste die Premiere, wie wir wissen, noch weiter in die Zukunft geschoben werden...

Stephan Kropf: Wichtiger „Wegbereiter“ für den F2F-Kongress war übrigens das – ebenfalls in Wien gegründete – International Public Fundraising Council (IPFC), worin sich der grundlegende Ansatz hinter dem Kongress widerspiegelt. IPFC ist ein weltweites Netzwerk von Regulierungs-Vereinigungen im F2F-Bereich, mit dem gemeinsamen Ziel, zusammenzuarbeiten und Erfahrungen



Ilka Schmiedl, Teamleitung Events & Sponsoring beim Fundraising Verband Austria

auszutauschen, um die Akzeptanz von F2F-Fundraising weltweit zu stärken. Das IPFC zielt auch darauf ab, die Standards für F2F zu erhöhen. Es wurde 2019 gegründet und setzt sich aus der Qualitätsinitiative Fördermitgliedschaftswerbung (QIF) hier in Österreich und den äquivalenten Einrichtungen in Frankreich, Hongkong, Deutschland sowie im Vereinigten Königreich zusammen. Dieser Zusammenschluss hat gezeigt, wie fruchtbar die globale Vernetzung sein kann – genau das war auch die Idee hinter dem Kongress.

Ende Mai 2023 war es endlich soweit! Hat der erste internationale F2F-Kongress Ihre Erwartungen erfüllt?

Ilka Schmiedl: Unser 1st International F2F-Congress war definitiv ein voller Erfolg! Wir durften uns über fast 330 Teilnehmende, darunter 221 internationale Gäste, aus insgesamt 38 Nationen freuen. Der Kongress bot im Novotel Wien von Australien über Südafrika, Frankreich, Niederlande, USA und Mexiko bis Brasilien ein extrem vielseitiges Spektrum an Vortragenden und Gästen. Das sorgte für eine sensationell-produktive Stimmung über alle drei Kongresstage hinweg. Mit Daryl Upsall konnte einer der renommiertesten Fundraising-Experten der Welt gewonnen werden. Für aufschlussreiche

Inputs sorgten außerdem Elsbeth de Ridder von Save the Children International (Spanien), Angela Norton von der Public Fundraising Regulatory Association (Neuseeland), Sherry Bell von der Professional Face-to-Face Fundraising Association (USA) und Daniel McDonnell von UNICEF (Großbritannien).

Stephan Kropf: Auch haben wir seitens des FVA dabei die eigens von uns entwickelte Zertifizierung für F2F-Fundraiser:innen vorgestellt. Diese ist weltweit einzigartig und deckt bei den Dialoger:innen jene Kompetenzen auf, die informell und in der Praxis erworben werden. Akzeptanz bei den Teilnehmenden erlangt die Zertifizierung speziell dadurch, dass sie unabhängig von den Arbeitgeber:innen durch den FVA als externer Drittanbieter durchgeführt wird. Bereits rund 200 Zertifizierungen wurden nach einem von den Teilnehmer:innen positiv absolvierten Test innerhalb kurzer Zeit ausgestellt.

Darüber hinaus wurde im Zuge des Kongresses erstmals Einblick in unsere Studie zum Berufsbild von F2F-Fundraiser*innen gegeben. Die von Fundraising Verband Austria und Wirtschaftsuniversität Wien gemeinsam durchgeführte Untersuchung brachte uns aufschlussreiche Erkenntnisse darüber, wie junge Menschen bestmöglich als kommende Fundraiser*innen erreicht werden können. Die sinnerfüllte Tätigkeit für gemeinnützige Organisationen ist definitiv ein großer Vorteil, den wir in der Personalsuche noch stärker hervorheben müssen.

Zurück zum österreichischen F2F-Sektor: In der Frühphase war es um F2F in Österreich weniger gut bestellt als heute. Was hat den Wandel eingeleitet?

Stephan Kropf: Das stimmt. Nachdem sich Fördermitgliedswerbung als Methode in den 90-er Jahren entwickelt und rasant verbreitet hatte, gab es Anfang der 2000-er Jahre eine Vielzahl an Organisationen, die F2F-Fundraising relativ intensiv, aber wenig koordiniert betrieben haben. Die Folge waren schlechte Imagewerte und immer weniger Zuspruch. Genau deshalb war die erste vom Fundraising Verband



Stephan Kropf, Bereichsleitung Projekte & Mitglieder | Qualitätsinitiative Fördererwerbung & Sciencefundraising beim Fundraising Verband Austria
Fotos: Ludwig Schedl

Austria ins Leben gerufene Gemeinschaftsinitiative von Mitgliederorganisationen die Qualitätsinitiative Fördermitgliedswerbung, kurz QIF. Anders als in vielen anderen Ländern, ist die QIF in Österreich mit dem FVA als Träger von einer unabhängigen Instanz organisiert. Das gibt uns mehr Möglichkeiten, auch nach außen zu wirken, gerade was die rechtlichen Rahmenbedingungen und die Zusammenarbeit mit Politik und Verwaltung betrifft. Nicht zuletzt deshalb ist es gelungen das Vertrauen der Öffentlichkeit zurückzugewinnen.

Grundlegender Anspruch der QIF ist es, höchste Qualität in der Passant:innen-Ansprache durch einheitliche Standards zu gewährleisten. Zentrale Pfeiler sind dabei festgelegte Kompetenzen der Dialoger:innen, regelmäßige Qualitätskontrolle und die Standplatzkoordination in der Zusammenarbeit mit Ämtern und Behörden am Erfolgs-

beispiel Wien. Außerdem haben wir für die Qualitätssicherung eine eigene Ombudsstelle geschaffen. Shop Apotheke hat im Übrigen eine sehr ähnliche Telefonnummer wie unsere Ombudsstelle, mit der Auswirkung, dass viele Anrufer:innen Medikamente bestellen möchten.

Werfen wir einen Blick in die Zukunft: Wann wird es eine Fortsetzung des internationalen F2F-Kongresses in Wien geben und was ist dabei zu erwarten?

Ilka Schmiedl: Die Fortsetzung wird in jedem Fall von verschiedensten Seiten schon sehnsüchtig erwartet – wir bekommen immer wieder Anfragen aus der ganzen Welt, wann es soweit ist. Und jetzt können wir es endlich verkünden: Der zweite internationale F2F-Kongress findet von 28. bis 30. April 2025 im Hotel DoubleTree by Hilton Vienna Schönbrunn statt. Wir starten in Kürze mit unseren Early Bird-Tickets und freuen uns auf viele bekannte und neue Gesichter. Demnächst fällt auch der Startschuss für die Planungsphase unseres Programm-Komitees, das sich in bewährter Form wieder über die zentralen Themenschwerpunkte und Speaker:innen für das nächste Jahr beraten wird. Natürlich binden wir auch unsere F2F-Community mit einem „Call for Proposals“ ein. Im Fundraising Verband Austria herrscht auf alle Fälle schon jetzt Vorfreude pur! ■

- ▶ www.fundraising.at/initiativen/qif
- ▶ www.f2f-fundraising.com

Tipp: NPO Communication Summit am 17. Juni in Wien

Der Fundraising Verband Austria lädt Sie in Kooperation mit der Österreichischen Post zu einem interaktiven Nachmittag ein, der unter dem Motto „Kommunikation 3.0: Zwischen Algorithmus und Empathie“ die Synergien von menschlicher Interaktion und Künstlicher Intelligenz auslotet. Freuen Sie sich auf tiefgehende Dialoge über nachhaltige Kommunikation, ethische Aspekte von KI und wie wir trotz Technologie den menschlichen Touch in unserer Kommunikation nicht verlieren.

Mit dem „Speed Geeking“-Format erleben Sie in kurzen Sessions aktuelle Trends, die gleich direkt diskutiert werden – eine lebendige und interaktive Art, Neues zu entdecken und sich auszutauschen.

17. Juni 2024, 13–20 Uhr

Unternehmenszentrale der Österreichischen Post AG, Rochusplatz 1, 1030 Wien

Tickets unter www.fundraising.at

Swissfundraising: Hanspeter Bigler übernimmt von Sibylle Spengler

Hanspeter Bigler, bisher Vizepräsident, ist als Nachfolger von Sibylle Spengler an der Generalversammlung einstimmig zum Swissfundraising-Präsidenten gewählt worden. Neue Vizepräsidentin ist Fabienne Schmidli. Silvia Beyeler, Christine Bill und Ruth Wagner wurden neu in den Vorstand gewählt. Zurückgetreten ist neben der bisherigen Präsidentin Sibylle Spengler auch Andrea Müller.

Text: Roger Tinner

Bilder: Alex Preobrajenski

Die Generalversammlung von Swissfundraising fand diesmal an der ETH Zürich statt, wo die rund 50 teilnehmenden Mitglieder zunächst eine spannende Führung durch die Graphische Sammlung genossen. Im Mittelpunkt der GV-Geschäfte standen Ersatz-

wahlen in den Vorstand und der Wechsel im Präsidium: Diese und alle weiteren Traktanden wurden dabei einstimmig genehmigt.

Jahresrechnung mit kleinem Gewinn

Präsidentin Sibylle Spengler konnte in ihrem letzten Jahresbericht erneut von einem erfreulichen Jahr berichten: Die Mitgliederzahl erhöhte sich wieder und lag zum Jahresende bei 1065. Die Nachfrage nach Seminaren und Erfa-Treffs war hoch, und auch der SwissFundraisingDay zog erneut weit über 400 Teilnehmende an. Mit dem neuen Format «Swissfundraising OnboardingCoffee» wurden Neumitglieder von Präsidentin und Geschäftsstelle virtuell begrüsst und mit den Angeboten des Verbands vertraut gemacht. Die Jahresrechnung schloss erneut mit einem kleinen Gewinn

ab, diesmal betrug er gut 7'500 Franken – bei einem Gesamtumsatz von erneut über einer Million.

Die Präsidentin verwies in ihrem Bericht auch auf die strategisch wichtigen Projekte des Vorstands, der sich mit der künftigen Organisationsstruktur von Swissfundraising ebenso befasste (und weiter befasst) wie mit den heute anstehenden Nachfolgen in Präsidium und Vorstand.

Vorstand erneuert

Von langer Hand vorbereitet und bereits im Vorjahr angekündigt, erfolgte der Wechsel im Präsidium: Sibylle Spengler übergab das Amt nach insgesamt zwölf Jahren im Vorstand (davon sechs als Präsidentin) an Hanspeter Bigler, Head of Communications and Marketing bei HEKS/EPER. Dieser dankte



Sibylle Spengler übergab nach sechs Jahren als Präsidentin von Swissfundraising das Amt an Hanspeter Bigler.

in seiner Vorstellung dafür, einen Verband in bester Verfassung übernehmen zu dürfen. Er kündigte an, die bewährten Projekte und Angebote weiterzuführen, gleichzeitig jedoch zwei neue Akzente zu setzen: Zum einen im Wirkungsfeld «Wirkung mit Ethik verbinden», zum anderen in der Aufnahme gesellschaftlicher Entwicklungen in der Arbeit von Vorstand und Verband.

Ins Vizepräsidium gewählt wurde Fabienne Schmidli, wissenschaftliche Mitarbeiterin am Zentrum für Kulturmanagement der ZHAW. Sie ist seit vier Jahren Vorstandsmitglied und betonte vor ihrer Wahl, dass ihre Arbeit hier für sie eine Herzensangelegenheit sei. Für die zurücktretenden Sibylle Spengler und Andrea Müller (sowie einen vakanten Sitz) wählte die Generalversammlung Silvia Beyeler, Bereichsleiterin Marketing, Kommunikation & Public Fundraising bei der Stiftung SOS Kinderdorf, Christine Bill, Mitglied der Geschäftsleitung bei asm Agentur für Sozialmarketing, und Ruth Wagner, Geschäftsleiterin von one marketing, in den Vorstand (vgl. Bild in Box rechts).

Engagement gewürdigt und verdankt

Sibylle Spengler würdigte Andrea Müller und ihre Verdienste um Swissfundraising, insbesondere in den Bereichen Kultur- und Hochschulfundraising. Hier schuf sie neue Formate und Gremien und inspirierte den Vorstand und viele Mitglieder mit ihren Ideen. Im Vorstand legte sie besonderen Wert auf die strategischen Überlegungen und verfolgte dabei immer eine klare Vision. Mit grossem Applaus und Bedauern, dass sie in Zukunft nicht mehr in der Schweiz tätig sein wird, wurde sie verabschiedet.

Geschäftsführer Roger Tinner übernahm es, das langjährige Engagement von Präsidentin Sibylle Spengler Revue passieren zu lassen und ihr stellvertretend für alle Mitglieder dafür zu danken. Er hob besonders hervor, dass sie aufgrund ihrer langjährigen Erfahrung in ganz verschiedenen Bereichen – von der Kultur über Felderfahrung in Südamerika bis zu Entwicklungszusammenarbeit, Umwelt und schliesslich eine eigene

Hier geht's zur Bildergalerie der Swissfundraising-GV auf Flickr




Die Führung durch die Graphische Sammlung erfreute sich grosser Beliebtheit.



Silvia Beyeler, Ruth Wagner und Christine Bill (v.l.n.r) wurden an der GV in den Vorstand gewählt.



Alle GV-Traktanden wurden einstimmig genehmigt.

Agentur – die Bedürfnisse der verschiedenen Mitgliedergruppen ganz besonders gut kannte und dafür sorgte, dass Projekte und Initiativen von Swissfundraising immer auch am Nutzen für die Mitglieder zu messen waren. Allein die Zahlen sind schon eindrücklich, hatte Swissfundraising doch beim Eintritt von Sibylle in den Vorstand noch weniger als 500, heute jedoch über 1000 Mitglieder. Und gab es damals noch keine einzige Fachgruppe,

so sind es heute deren 13. Noch wichtiger jedoch waren Sibylle qualitative Verbesserungen und Entwicklungen im Swissfundraising-Portfolio: Gemeinsam mit dem Vorstand, den sie souverän und gleichzeitig achtsam führte, hat sie dies erreicht. So nahm sie den verdienten Applaus der ganzen Versammlung entgegen und betonte, dass sie Swissfundraising auch in Zukunft als Mitglied treu bleibe. +

SwissFundraisingDay am 26. Juni 2024

Swissfundraising lädt erneut zum SwissFundraisingDay – dem wichtigsten Branchentreffen der Schweiz – nach Bern ein. Die Tagung widmet sich dieses Jahr dem Thema **«Orientierung in einer orientierungslosen Welt: Fundraising zwischen Ethik und Erfolg»**. Informationen zum Programm und zur Anmeldung unter swissfundraising.org.



Neue Aufgaben rund ums Fundraising

Verstärkung im Fundraising-Team bei Help e. V.



Seit dem 1. Dezember 2023 unterstützt **Christiane Kook** als Referentin Fundraising/Direktmarketing die humanitäre Hilfsorganisation Help – Hilfe zur Selbsthilfe in den Bereichen Mailings und Online-Fundraising. Zuvor war die erfahrene Fundraiserin fünf Jahre auf Agenturseite unterwegs und betreute namhafte Kunden im

Non-Profit-Bereich. Davor war sie viele Jahre als Referentin Fundraising in einer großen Tierschutzorganisation tätig. Sie hat neben ihrer umfassenden Fundraising-Expertise auch Direktmarketing-Erfahrung im Profitbereich. Zu ihrem Start in der Bonner Help-Zentrale sagt sie: „Ich freue mich sehr, meine Kenntnisse und Fähigkeiten jetzt als Teil des tollen Teams von Help einzusetzen, um Menschen in Not wirkungsvoll und nachhaltig zu helfen.“

Wechsel zur ADAC-Stiftung



Nach 17 Jahren im Fundraising-Team der Stiftung „Menschen für Menschen“ ist **Melanie Koehler** zur ADAC-Stiftung gewechselt. Seit Anfang April verantwortet sie als Teil des Teams Kommunikation in ihrer neuen Funktion als Referentin Fundraising und Kommunikation den Auf- und Ausbau des Fundraisings. Sie ist begeistert von der Arbeit der ADAC-Stiftung in den Bereichen Mobilität und Lebensrettung und freut sich, dabei ihre Expertise einbringen zu können.

Neue Präsidentin bei „StiftungSchweiz“



Der Verwaltungsrat des Online-Portals „StiftungSchweiz“ hat eine neue Präsidentin. **Florence Schnydrig Moser** tritt die Nachfolge von Christoph Weber an, der das Amt nach Abschluss der Pionierphase der Plattform in neue Hände legt. Sie ist Leiterin Private Banking und Mitglied der Generaldirektion der

Zürcher Kantonalbank (ZKB) und ergänzt mit ihrer neuen Aufgabe im Verwaltungsrat das Experten-Team rund um die Digitalisierung in der Philanthropie.

Zusätzliche Aufgaben bei „Aktion Deutschland Hilft“



Das Bündnis „Aktion Deutschland hilft“ hat eine neue Führungsstruktur. Neben zwei hauptamtlichen Geschäftsbereichsleitungen hat **Maria Rütter** zum 1. März die Hauptgeschäftsführung übernommen. Sie ist seit 2005 in wechselnden Funktionen bei „Aktion Deutschland Hilft“ tätig, zuletzt als stellvertretende

Geschäftsführerin, und verantwortet nun neben der strategischen Ausrichtung auch die Fachbereiche „Kommunikation“ und „Bündnisarbeit und Humanitäre Hilfe“.

Mit WERTEN überzeugen

Spender*innen
 > verstehen
 > finden
 > binden



Ihr Schlüssel zur Spendersicht!

Ansprechpartnerin für Nachlässe und Erbschaften



Bereits seit November 2023 ist **Araba Pilic** als neues Vorstandsmitglied bei der well:fair foundation tätig. Als Bereichsleitung Philanthropie vernetzt sich die Fundraising-Expertin mit Familien- und Unternehmensstiftungen und ist Ansprechpartnerin für Nachlässe und Erbschaften. In ihrer Rolle als Diversity-Managerin setzt sie u.a.

Maßnahmen zur Förderung der sozialen, kulturellen und ethnischen Vielfalt der Mitarbeitenden in Deutschland und in den afrikanischen Ländern um. Pilic war langjährige Mitarbeiterin der Stiftung Menschen für Menschen, zuletzt im Bereich Großspenden, und begleitete den Change-Prozess der Organisation. Ihr erster Beruf ist die Schauspielerei, den sie heute als wirksame Zusatzqualifikation für das Fundraising einordnet.

Amtsübergabe bei Misereor



Die Deutsche Bischofskonferenz hat Dr. **Andreas Frick** zum Hauptgeschäftsführer von Misereor berufen. Er tritt sein Amt am 1. Juli 2024 an und wird Nachfolger von Pirmin Spiegel, der die katholische Organisation nach zwölf Jahren verlässt. Andreas Frick hat in Frankfurt und Rom studiert und war zuletzt Generalvikar des Bistums Aachen. Er hat viele Jahre Partnerprojekte in

Ghana und Burkina Faso begleitet und in seiner beruflichen Karriere verschiedenste Verantwortungsbereiche kennengelernt. So war er z.B. auch für die San-Pedro-Claver-Kolumbienstiftung und das Eschweiler St. Antonius-Hospital zuständig. Die offizielle Amtseinführung von Andreas Frick ist für den 27. Juni geplant. An diesem Tag wird auch sein Vorgänger offiziell verabschiedet.

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

gutes-wissen.org

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



Gute Jobs für die Gute Sache

Stellenangebote rund ums
Non-Profit-Umfeld.

**Jobs mit Sinn finden und
freie Stellen anbieten.**

Dieser Service ist kostenlos.

Mit der Kompetenz vom
**FUNDRAISING
magazin**

www.gutes-wissen.org



„Reporter ohne Grenzen“ mit neuer Geschäftsführung



Die Geschäftsstelle von „Reporter ohne Grenzen“ hat eine neue Doppelspitze. Seit dem 15. April ist **Anja Osterhaus** Geschäftsführerin für Politik und Strategie. Bereits seit 1. Januar ist Dr. **Maik Thieme** kauf-

männischer Geschäftsführer. Anja Osterhaus kommt von Oxfam Deutschland und war zuvor bei Transparency International, wo sie im internationalen Sekretariat die Arbeit zum Whistleblower-Schutz leitete. Sie hat Politologie in Berlin und Mexiko studiert. Maik Thieme war bei „Reporter ohne Grenzen“ bisher für die Bereiche Personal und Verwaltung verantwortlich und ist schon seit 2019 in der Organisation. Er ist gleichzeitig ehrenamtliches Vorstandsmitglied der Stiftung „Reporter ohne Grenzen“ und bringt mehrere Jahre Erfahrung aus der Wirtschaft mit.

Ehemalige Ministerin wird Vorstandsvorsitzende



Annette Schavan hat den Vorstandsvorsitz der Gemeinnützigen Hertie-Stiftung übernommen. Sie folgt auf Frank-J. Weise, der das Amt nach zehn Jahren abgegeben hat. Sie ist seit über fünf Jahrzehnten Mitglied der CDU und war von 1995 bis 2005 Ministerin für Kultur, Jugend und Sport in Baden-Württemberg sowie

von 2005 bis 2013 Bundesbildungsministerin. Ihr Stellvertreter bei der Hertie-Stiftung ist der selbstständige Unternehmensberater Frank Mattern.

Generationenwechsel bei der Maecenata-Stiftung



Die Gesamtleitung der Maecenata-Stiftung hat **Ansgar Gessner** übernommen und löst damit nach über 35 Jahren den Gründer Dr. Rupert Graf Strachwitz ab. Ansgar Gessner war seit 2015 bei der transatlantischen Stiftung „German Marshall Fund of the United States“, wo er zuletzt als Deputy Managing Director

gearbeitet hat. Er hat Nordamerikastudien, Neuere Geschichte und Teilgebiete des Rechts an der FU Berlin und der University of Washington in Seattle studiert.

Neu geschaffene Fundraisingstelle besetzt



Seit November letzten Jahres ist **Doris Reinelt** auf eine neu geschaffene Fundraisingstelle beim Windsbacher Knabenchor gewechselt. Die studierte Pädagogin, gelernte Öffentlichkeitsarbeiterin und Fundraising-Managerin arbeitete vorher als Fundraiserin für die Augustana-Hochschule in Neuendettelsau. Beim Winds-

bacher Knabenchor möchte sie neue Unterstützer und Sponsoren gewinnen und die Beziehung zu vorhandenen Spenderinnen und Spendern ausbauen.

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

Deutscher Fundraising-Verband verstärkt sein Team



Ulla Kux ist neue Leiterin Organisationsentwicklung beim Deutschen Fundraising-Verband. Als Teamleiterin des Deutschen Engagementpreises beim Bundesverband Deutscher Stiftungen hat sich die studierte Politikwissenschaftlerin fast fünf Jahre lang für bürgerschaftliches Engagement

eingesetzt. Weitere berufliche Stationen waren das Bundesamt für Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben sowie der Volksbund Deutsche Kriegsgräberfürsorge.

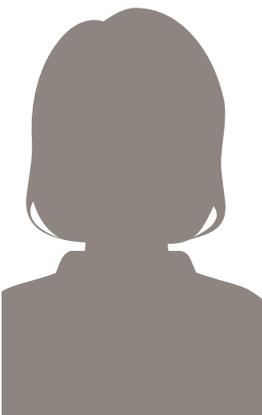
Schauspielerin wird Vorstand bei SOS Mitmensch



Mit **Zeynep Buyraç** ist zum ersten Mal eine Persönlichkeit mit Migrationsgeschichte an die Spitze des ehrenamtlichen Vorstands von SOS Mitmensch gewählt worden. Die türkischstämmige Schauspielerin ist in Istanbul geboren und aufgewachsen und folgt auf Max Koch, der dieses Amt zehn Jahre innehatte.

Sie hat in Wien eine Schauspielausbildung am Konservatorium absolviert und parallel dazu eine Musicalausbildung an den Performing Arts Studios.

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 koepe@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

100 Tage im neuen Job

Marc Daniel Kretzer ist neuer Geschäftsführer von „Mission ohne Grenzen e.V.“

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

Seit Anfang des Jahres ist Marc Daniel Kretzer Geschäftsführer von „Mission ohne Grenzen e.V.“. Vor seiner Arbeit für das christliche Hilfswerk für Osteuropa war er sieben Jahre Marketingleiter bei der spendenfinanzierten Stiftung Marburger Medien. Er hat Fundraising-Management und Philanthropie studiert und absolviert berufsbegleitend einen MBA.

► www.mission-ohne-grenzen.de



haben uns ausgiebig ausgetauscht, um uns kennenzulernen.

Womit haben Sie sich die ersten Tage im Job beschäftigt?

Ich habe mich bemüht, einen Gesamtüberblick zu bekommen, das Team mit seinen Aufgaben kennenzulernen und die Zusammenhänge zu verstehen. Ich habe an Mailings mitgearbeitet, mich in die Zahlen eingearbeitet und mich ausführlich mit Spendern unterhalten.

Auch die Schwesterorganisationen in der Schweiz und in den Niederlanden habe ich besucht. Auf einem mehrtägigen Kongress hatte ich mit einem Messestand einen Einsatz verkleidet als Weihnachtsmann. Als Nächstes reise ich nach Moldawien und Rumänien, um mir vor Ort einen eigenen Eindruck zu verschaffen.

Wer oder was hat Sie überrascht?

Mich hat überrascht, wie viele Menschen im März ein gemeinsames Foto mit dem Weihnachtsmann wollten.

Was lief gut und wo ist noch Luft nach oben?

Das Onboarding war gut und intensiv. Ich war direkt eine Woche in London auf der internationalen Strategiekonferenz. Das hat mir geholfen, die internationalen Zusammenhänge der 18 Länderorganisationen von „Mission without borders“ besser zu verstehen. ■

Wer ist Ihr neuer Arbeitgeber?

„Mission ohne Grenzen e.V.“ ist ein christliches Hilfswerk für Osteuropa, das die christliche Hoffnungsbotschaft bekannt macht und bedürftige Menschen darin unterstützt, den Kreislauf der Armut zu durchbrechen.

Wie würden Sie einem Kind erklären, was Sie machen?

In Ländern wie Bulgarien, Moldawien und Albanien gibt es viele Menschen, die sehr arm sind. Viele leben in baufälligen Hütten, in denen es feucht und kalt ist. Viele Kinder sehen ihre Eltern nur selten, weil sie im Ausland sind, um Geld zu verdienen. Einige Menschen haben so wenig Geld, dass sie sich entscheiden müssen, ob sie Essen einkaufen oder Kleidung oder Holz für die Heizung.

Vielen Menschen in Deutschland geht es gut und sie möchten gerne helfen. „Mission ohne Grenzen“ macht das leicht, ohne dass man selbst in diese Länder reisen muss. Dort werden zum Beispiel ganz viele Lebensmittelpakete gepackt und an Menschen in Armut verschenkt. In Deutschland erzähle ich Menschen davon und schreibe Briefe, wie wichtig und schön es ist, wenn man

jemand anderem helfen kann, der in Not ist. Schon mit wenig Geld kann man ganz viel bewirken.

Wie weit ist es bis zur nächsten Kaffeemaschine?

12,86 Meter – so viel, wie wenn man 32 Lebensmittelpakete aneinanderreicht.

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

Es sind 485 Meter von Tür zu Tür. Ich kann also laufen. Das Checken und Bearbeiten der E-Mails dauert länger.

Wo steht Ihr Schreibtisch: im Großraumbüro oder im Grünen?

Ich habe ein Büro für mich allein, in dem auch gemeinsame Besprechungen stattfinden. Das Büro ist direkt an der Lahn, sodass man auch in kurzen Pausen gut rausgehen kann. Das tut gut und macht den Kopf frei.

Wie hat Ihr neues Team Sie am ersten Arbeitstag begrüßt?

Mit einem gemeinsamen Frühstück. Wir

Job mit Sinn finden oder Stelle ausschreiben

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

gutes-wissen.org

Neustart JETZT.

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



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

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

KI-Tipps für Non-Profits

Wissens-Sammlung zum Thema Künstliche Intelligenz im Fundraising

Die Fundraisingbox hat auf ihrem Blog ein Themenspecial zu Künstlicher Intelligenz (KI) veröffentlicht. Autorin Karin Sommer,

die auch für das Fundraising-Magazin schreibt, hat recherchiert und getestet, was Non-Profit-Organisationen aktuell schon mit Hilfe



von KI sinnvoll tun können. Das reicht von konkreter Zeitersparnis bis Kreativitätssteigerung, setzt sich aber auch mit ethischen Fragen und Datenschutz auseinander. Wer sich erstmals mit dem Thema beschäftigt, findet hier auch Tipps, um KI risikofrei kennenzulernen

und das Prompten zu probieren. Die

Wissens-Sammlung steht kostenlos zur Verfügung (einfach den QR-Code scannen) oder unter:



► <https://fundraisingbox.com/blog-tags/kuenstliche-intelligenz>

Kurzgefasst ...

„Wie viel Macht 1 €“ soll längerfristig wirken

Die überzähligen Gelder der Spendenaktion zur Unterstützung mutmaßlicher Betroffener von Rammstein-Sänger Till Lindemann sollen langfristig über den Fall hinauswirken. Die Amadeu Antonio-Stiftung wird diese nach Ablauf einer vierwöchigen Kulanz, die betterplace.org allen Spendenden einräumt, erhalten und diese im Einklang mit den Richtlinien der Plattform entsprechend weitergeben.

► www.amadeu-antonio-stiftung.de

SozialBank startet digitalen Anlage-Navigator

Die SozialBank unterstützt gemeinwohlorientierte Organisationen bei ihrer Geldanlage mit einem innovativen Anlage-Navigator. Der „Questor“ hilft ehrenamtlich tätigen und mit begrenztem Vorwissen ausgestatteten Personen, Hemmschwellen zu überwinden und mündige Anlageentscheidungen zu treffen. Der „Questor“ ersetzt aber keine Anlageberatung, sondern schafft die Ausgangsbasis für ein Anlagegespräch auf Augenhöhe.

► <https://invest.sozialbank.de>

Digitale Full-Screen-Spendensäulen im Zoo

Der Berliner Zoo setzt im Fundraising auf die digitale Payment-Lösung in Form der Full-Screen-Spendensäule des Anbieters digitalespende.de des Berliner Technologieunternehmens digital! Wolff, Plötz & Co GmbH. So hat man kürzlich drei digitale Full-Screen-Spendensäulen im neuen Nashorngehege installiert. Dadurch wird sowohl die Spendenbereitschaft als auch die Höhe der Einzelspenden erhöht.

► <https://digitalespende.de> ► <https://digitalwolff.de>

Nachtschatten-Verlag feiert 40. Geburtstag

Als Reaktion auf einen juristischen Prozess wegen sogenannter „öffentlicher Aufforderung zum Drogenkonsum“ wurde 1984 der Schweizer Nachtschatten-Verlag gegründet. Weit über 300 Bücher sind in diesen vier Jahrzehnten zur Aufklärung über psychoaktive Substanzen, zur Prävention und zur Drogenkultur veröffentlicht worden. Verlagsleiter Roger Liggerstorfer wird nun die Leitung an seinen Nachfolger Lukas Emmenegger übergeben.

► <https://nachtschatten.ch>

Bankenfusion: Pax-Bank für Kirche und Caritas eG

Die Bank für Kirche und Caritas eG, Paderborn, und die Pax-Bank eG, Köln, wollen fusionieren. Die Aufsichtsräte haben in ihren Sitzungen Ende Januar 2024 einstimmig beschlossen, den Zusammenschluss beider Banken anzustreben. Die Entscheidung über die Fusion liegt nun in den Händen der Mitglieder beider Banken, die im September darüber abstimmen werden.

10 Jahre
2013 2023
Major Giving
INSTITUTE

Jetzt
Ihren Platz für
2025
sichern!

Berufsbegleitende Weiterbildung Großspenden-Fundraiser:in

- * Leitung Dr. Marita Haibach & Jan Uekermann
- * Weitere Referent:innen erfahrene Großspenden-Fundraiser:innen, Fachexpert:innen sowie Philanthrop:innen
- * Seminarblöcke 07. - 10.05.2025 | 17. - 20.09.2025
Tagungshäuser nahe Erfurt und Wiesbaden
Online-Seminartage 17./24.06.2025 vormittags

Wege zu mehr Philanthropie:

Major Donors
finden
gewinnen
binden

www.major-giving-institute.org



„Klimaeffekte der Digitalisierung“

Bitkom-Studie und Summit zeigen Potenziale und Erwartungen

Junge Menschen in Deutschland setzen große Hoffnung darauf, den Klimawandel mithilfe von Technologien in absehbarer Zeit verlangsamen oder stoppen zu können. 57 Prozent der 16- bis 29-Jährigen gehen davon aus, dass in absehbarer Zeit Technologien verfügbar sind, die die Klimaprobleme lösen.

Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Befragung unter 1005 Personen in Deutschland ab 16 Jahren im Auftrag des Digitalverbands Bitkom. Demnach fordern 78 Prozent der Befragten, es müssten alle zur Verfügung stehenden digitalen Technologien eingesetzt werden, um das Klima und die Umwelt zu schützen. 73 Prozent sind der Mei-

nung, die Folgen des Klimawandels seien ohne Digitalisierung nicht zu bewältigen. „Energieeffizienz, Klimaschutz und die Dekarbonisierung hängen untrennbar mit der Digitalisierung zusammen“, betont Bitkom-Nachhaltigkeits-Experte Niklas Meyer-Breitkreutz. „Wir müssen alle digitalen und technologischen Möglichkeiten ausschöpfen, um unsere Klimaziele zu erreichen und den Klimawandel abzumildern. Dafür müssen Technologien, die klare Vorteile für Klima und Umwelt gegenüber traditionellen Verfahren haben, zügig in die Fläche gebracht werden.“

Wie die Bitkom-Studie „Klimaeffekte der Digitalisierung“ zeigt, kann Deutschland

durch einen beschleunigten Einsatz digitaler Technologien einen bedeutenden Teil der notwendigen CO₂-Einsparungen erreichen. Große Potenziale gibt es unter anderem in den Bereichen Energie, Gebäude und Industrie.

Welchen Beitrag kann die Digitalisierung für Klimaschutz und Nachhaltigkeit leisten? Wie lässt sich der CO₂-Fußabdruck digitaler Geräte und Anwendungen reduzieren? Mit diesen Fragen beschäftigte sich auch der Digital Sustainability Summit im April in Berlin. Er brachte Menschen der Digitalbranche, Nachhaltigkeitscommunity, Wissenschaft und Politik zusammen. ▣

► www.bitkom.org

BENEFIT
Informationssysteme AG

**Schnell gestartet -
so einfach geht Fundraising!**

**CRM, Fundraising & mehr
Bester Service
Einfacher Produktivstart**



INTERNATIONAL

Moodus B.V.

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

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

innovairre™
We Help People Who Help People

innovairre & DO int!

Ihr Partner im Direct-Mail-Fundraising.
Sind Sie auf der Suche nach neuen, dauerhaften Spender*innen? Suchen Sie Lösungen, um Kosten zur Gewinnung von Neuspender*innen zu senken? Möchten Sie Ihre Spendeneinnahmen dauerhaft steigern? Wir haben praktische Erfahrung, Ideen und Lösungen. Kontaktieren Sie uns jetzt für ein erstes Beratungsgespräch:
innovairre communications & DO int!
the direct mail boutique
Polarisavenue 25 · 2132 Hoofddorp
Telefon: +49 (0) 21 57 87 55 840
ppmoors@innovairre.com | www.innovairre.com

ÖSTERREICH

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

BPA Solutions GmbH

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

- ▶ Personenverwaltung
- ▶ Marketing und Fundraising
- ▶ Nebenbuchhaltung und Zahlungsverkehr
- ▶ Online-Spenden und -Anmeldung
- ▶ Vereinbarungen (Mitglieder, Dauerspender, Abos)
- ▶ Warenwirtschaft
- ▶ Projektverwaltung
- ▶ Kampagnen-Analysen

werden Ihre Anforderungen effizient abgedeckt.
Esteplatz 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

20 Jahre
Den Spender im Herzen.

SOCIAL CALL fundraising GmbH

Über 20 Jahre Erfahrung am Telefon mit Spendern für mehr als 52 Organisationen.
Wir bieten:
▶ Klassisches Telefon-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

30 Jahre
Den Spender im Herzen.

DIRECT MIND GmbH

Fundraising aus Leidenschaft
▶ Sie suchen neue Spender?
▶ Wollen passende Adressen mieten?
▶ Benötigen eine Fundraising-Software mit Kennzahlen als Entscheidungshilfe?
▶ Wollen eine Telefon-Aktion starten?
▶ Suchen frische Kreationen mit einer Strategie, die den aktuellen Trend am Markt berücksichtigt?
Unser erfahrenes Team steht Ihnen mit Freude zur Seite.
Technologiestraße 8 · 1121 Wien
Telefon: +43 (0) 1 6023912-0
office@directmind.at | www.directmind.at

HSP Data Service GmbH

Fundraising Datenbank, IT-Services, Customer Care, Direct Marketing und Digital Fundraising - vereint unter einem Dach. Unsere Datenbank, das hsp 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
Der neue Standard für Face-to-Face!

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
► Adressvermittlung
► 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 **ilno** 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
Erkeldamm 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 für Ihre Zielgruppen: Stellen Sie Ihre Werbetreiberschaft exklusiv einem neuen und selektiertem Empfängerkreis vor.
Online-Newsletterversand: Nutzen Sie unsere Expertise und das Potenzial für Ihre Online-Marketing-Aktionen.
Ballindamm 39 · 20095 Hamburg
Telefon: 040 99 99 93 00 0
info@marken-media.com | www.marken-media.com

PP Business Protection GmbH

Versicherungsmakler für beratende Berufe und Mangement, ein Unternehmen der Ecclesia-Gruppe
PP Business Protection GmbH Ihr Spezialberater für Versicherungen des Managements
► D&O Versicherung
► Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung
► Rahmenvertrag für Stiftungen (Bundesverband dt. Stiftungen), Verbände (DGVM)
► Spezial-Strafrechtsschutz-Versicherung
► Vertrauensschaden-Versicherung
► 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



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

Fundraising Spezialisten

Humanitäre Hilfe · Kinder-/Jugendhilfe · Entwicklungshilfe · Tierschutz · Umwelt-/Naturschutz u.v.m.



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 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

TEST
DEUTSCHLANDS BESTE
PR- UND WERBEMASSNAHMEN
service94 GmbH
www.service94.de

FAKISCHTEIL
Deutschlands begehrteste Adressgeber
Basis Adressmanagement
198-2007
www.service94.de

service94 GmbH

Dienstleistungen im Bereich Fundraising seit 1984:

- Promotion und Öffentlichkeitsarbeit an Informationsständen
- Mitgliederwerbung

Leistungen außerhalb des Fundraisings:

- Mitgliederverwaltung
- Call-Center
- Mailings
- Pressearbeit

Zu unseren Kunden gehören bundesweit namhafte Vereine und Verbände.

Raiffeisenstraße 2 · 30938 Burgwedel
Telefon: +49 (0)5139 402-0
info@service94.de | https://service94.org

AZ fundraising services GmbH & Co. KG

AZ bietet Multi-Channel-Lösungen für Neuspendergewinnung und Spenderbindung:

- Spenderstruktur-Analysen
- Zielgruppenadressen und Targeting
- Digitales Fundraising (SEA, Social Media, Display, E-Mail)
- Emergency-Marketing
- effiziente Werbemittelproduktion
- DDV-Qualitätssiegel für Datenverarbeitung, Adressverlag und Listbroking

Carl-Bertelsmann-Straße 161 S · 33311 Gütersloh
Telefon: +49 (0)5241 802864
Thomas.Wonnemann@Bertelsmann.de
www.az-fundraising.de

Sievert Druck & Service GmbH

Wir unterstützen NPOs und NGOs deutschlandweit bei der Generierung von Spenden durch:

- Konzeptentwicklung und Beratung
- Adressselektion und -optimierung
- 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.eickel@nasconception.de
www.nasconception.de

OPTIGEM GmbH

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

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



EC Consulting GmbH

oneFIT NGO

Die Software umfasst:

- Adressmanagement
 - Kampagnenplanung
 - Buchhaltungs- und Zahlungsmanagement
 - Analyse-Tools
 - Bußgeldmanagement
 - Veranstaltungsmanagement
 - Services & Dienstleistungen rund ums Fundraising
- Mit oneFIT NGO besitzen gemeinnützige Organisationen und Spendenorganisationen eine innovative Softwarelösung für den kompletten administrativen Bereich.

Telefax: +49 (0)2159 81532-29
www.ngosoftware.de

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

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 Hoogeveen
Telefon: +49 (0)1511 8422199
info@eliteone.de · www.eliteone.de

Ansprechpartner Österreich
Mag. Georg Duit, Wien, Telefon: +43 (0)676 7710707
georg.duit@fundoffice.at · www.fundoffice.at

Ansprechpartner Schweiz
Andreas J. Cueni, Basel, Telefon: +41 (0)79 6615794
andicueni@bluwin.ch · www.andicueni.ch

Cloud und Rüben 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

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

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

Spring Global Delivery Solutions

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

- Geschäftspost
- Direktmarketing
- Dialogbrief
- International / National

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

fundango GmbH

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

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

steinrücke+ich gmbh

Kommunikation und Fundraising
Entwicklung und Umsetzung von Fundraisingkampagnen und -maßnahmen | Gewinnung von Neu- oder 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@steinrueckeuendich.de
www.steinrueckeuendich.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

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

- Beratung zu psychologisch-wirksamer Spenderkommunikation
- Spenderbefragungen
- Workshops zur Spenderpsychologie
- Schwerpunkte: Spenderbindung, spenderzentrierte Kommunikation

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

GRÜN Software Group GmbH

Die GRÜN Software Group bietet Software- und IT-Serviceleistungen für Spendenorganisationen an. Mit der marktführenden Branchen-Softwarefamilie GRÜN VEWA werden über 1 Milliarde Euro an Spenden und Beiträgen abgewickelt. Dienstleistungen in den Bereichen Outsourcing, Beratung, Werbung und interaktive Medien runden das Leistungsspektrum ab.

Pascalstraße 6 · 52076 Aachen
Telefon: +49 (0)241 18900
kontakt@gruen.net | www.gruen.net

GRÜN alpha GmbH

Fundraising / Kommunikation

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

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



Tagungsschmiede
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 unser Runderdum-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 Herzessache.

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 -scorings
- Kampagnen und Direktmarketing
- Spenderdialog und -verwaltung
- Geldauflagenmarketing
- Fundraisingsoftware als SaaS: activeDONOR
- Limbic®

Linzer Straße 21 · 53604 Bad Honnef
Telefon: +49 (0)2224 918250
info@gfs.de | www.gfs.de

Andreas Berg - Analyse Beratung Strategie

Schwieriges einfach machen ist seit über 25 Jahren mein Motto als Berater. Meine Schwerpunkte sind

- Database Fundraising
- Auswahl und Einführung von Fundraising-Datenbanken & CRM-Systemen
- Change-Management
- Fundraising-Analysen und Reporting
- Fundraising-Strategie

W.-Mittelmeier-Straße 53 a · 53757 Sankt Augustin
Telefon: +49 (0)2241 2091836
fundraising@andreasberg.net
www.schwieriges-einfach-machen.de



GECKO
international GmbH

Ihr Ansprechpartner für Adressen zur Neuspendergewinnung!

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 strategex

Wir heben Ihre Fundraising Potenziale.

fundraising-strategen.de

fundraising strategen

Wir finden für Sie Wege zu neuen Fans und Freunden und machen Ihren Herzschlag spürbar. Von den ersten Schritten ins Fundraising begleiten wir Ihr Team bis zum Ziel: Mehr Spenden für mehr gute Projekte. Unsere Potenzialzünder:

- Fundraising- & Kommunikationsberatung
- Positionierung, Storytelling, Spendergewinnung
- Konzeption und Umsetzung von Kampagnen
- Workshops, Trainings, Coaching

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

DEUTSCHLAND PLZ 6**eXotargets Data Network GmbH**

Ihr Ansprechpartner für 100% Success

Sie wünschen eine optimale Spendergewinnung und Spendererreichbarkeit. Wir versorgen Sie mit potenziellen Neuspendern (Spenderlisten) und erhöhen deren Erreichbarkeit über E-Mails, Rufnummern, postale Anschriften und Merkmale (Alter u.v.m.). Mit dem Address-Service bereinigen Sie Ihre Kundendatenbestände und optimieren deren Erreichbarkeit (Data Care).

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

DIALOG FRANKFURT

... the communication company

1993 gegründet, ist DIALOG FRANKFURT Ihr Partner im Bereich des integrierten Dialog- und Sozialmarketings sowie bei der Beratung und Umsetzung von Kommunikationskonzepten im Fundraising.

Wir verleihen der Kommunikation tatsächliche Qualität und in der Ausführung achten wir darauf, dass sie nicht zu einem bloßen Monolog verkommt.

Karlstraße 12 · 60329 Frankfurt am Main
Telefon: +49 (0)69 272360
info@dialog-frankfurt.de | www.dialog-frankfurt.de

Fundraising Akademie gGmbH

Die Fundraising Akademie bietet Ihnen das individuelle Angebot für Ihre Organisation oder für Ihren persönlichen Bedarf: den Studiengang zum Fundraising-Manager*in, eine Kompaktfortbildung Fundraising-Referent*in, Tagesseminare, Grundlagenkurse, Online- und Inhouse-Seminare. Wir vermitteln Ihnen auch ausgewiesene Referent*innen zum Thema Fundraising und suchen gemeinsam nach neuen Fachkräften.

Emil-von-Behring-Straße 3 · 60439 Frankfurt
Telefon: +49 (0)69 58098-124
info@fundraisingakademie.de
https://fundraisingakademie.de

Agentur Zielgenau GmbH

Fundraising, Marketing und Nonprofit-Management

Wir stärken Organisationen und Engagierte in den Bereichen, die für ihre Zukunftsfähigkeit entscheidend sind, so etwa in der

- Finanzierung der Arbeit und Bauprojekten (Fundraising)
- nachhaltigen Ausrichtung (Strategie)
- organisatorischen Umsetzung (Management & Prozesse)
- persönlichen Stärkung als Führungskraft (Leadership)
- öffentlichen Wahrnehmung (Marketing & Kommunikation)

Rheinstraße 40-42 · 64283 Darmstadt
Telefon: +49 (0)6151 1365180
fundraising@agentur-zielgenau.de
www.agentur-zielgenau.de

Die Fundraising Software- und Servicespezialisten

ENTERBRAIN

www.enterbrain.eu

ENTERBRAIN Software GmCmbH

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
- Mailproduktion 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
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 Kornal-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



DialogGroup

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
- Kampagnenkonzeption 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

V & M Service GmbH

bussgeld-fundraising.de: Mit Geldauflagen erfolgreich Projekte finanzieren

- über 12.000 personalisierte Adressen Strafrichter, Amts- und Staatsanwälte mit Kontaktdaten
- zielgruppengenaue Selektion
- online selektieren und einfach als Excel-Tabelle herunterladen
- ohne Nutzungsbegrenzung: „preiswert kaufen statt teuer mieten“
- Adresspflege und -updates
- ullservice: Mailingabwicklung und Geldauflagen-Verwaltung
- individuelle Beratung

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

combit Software GmbH

Mit combit CRM erhalten Non-Profits ein zentrales System für Prozesse und Administration. Verabschieden Sie sich von Insellösungen und Excel-Tabellen. Das erwartet Sie:

- Adress- & Kontaktmanagement
- Dokumentenverwaltung
- Fundraising & Spendenverwaltung
- Auswertungen & Statistiken
- Kampagnen jeglicher Art
- Seminar- & Eventorganisation u.v.m

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

lupenmaxx GmbH

Wir vergrößern Ihren Erfolg!

Seit 15 Jahren ist lupenmaxx Europas Nr. 1 in Sachen Werbelupen. Der Schwerpunkt im Portfolio liegt auf Werbemitteln für Fundraiser, die sich perfekt als Mailingbeilage eignen.

- Scheckkartenlupen
- Lesezeichen-Lupen
- SafeCard Zeckenkarten
- Mikrofasertücher „Made in Germany“
- Alle Produkte werden in sozialen Einrichtungen in der Region konfektioniert.

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

DEUTSCHLAND PLZ 8

GALLAFILZ GmbH

GALLAFILZ ist eine Fundraising-Agentur und unterstützt gemeinnützige Organisationen seit mehr als 20 Jahren bei der Gewinnung und Bindung von Spender:innen.

Die Entwicklung von cross-channel Fundraisingstrategien, deren Umsetzung und Evaluierung ist die Kernkompetenz von GALLAFILZ: Wir verstehen den Markt, die verschiedenen Zielgruppen und ihre Motivation.

Residenzstraße 27 · 80333 München
Telefon: +49 (0)89 211129-0
muenchen@gallafilz.com | www.gallafilz.com

panadress marketing intelligence GmbH

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

Nymphenburger Straße 14 · 80335 München
Telefon: +49 (0)89 89083350
info@panadress.de | www.panadress.de

Arnold, Demmerer & Partner

Über 35 Jahre Fundraising-Erfahrung für Ihren Erfolg! Wir unterstützen Sie u.a. in folgenden Bereichen:

- Neuspendergewinnung (Listbroking/Mailings, Beilagen, Media, Online)
- Optimierte Reaktivierung inaktiver Spender
- Bestands-/Mail-Response-/LTV-Analysen
- Scorings / List-Optimierungen (Datenbank mit ca. 35 Mio. Adressen)
- EDV-Services (u.a. Adressabgleiche, -aktualisierungen/-bereinigungen)

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

hsp FUNDRAISING GmbH

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

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

Brakeley Fundraising Consultants

Brakeley ist Ihr Partner im Großspenden-Fundraising. Mit Wurzeln, die in das 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



TeleDIALOG
Telefon-Fundraising

„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 Service

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

base4IT AG

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

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

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

FundraisingBox

Plattform für digitales Fundraising

Erhöhe Deinen Social Impact mit unserer digitalen Fundraising Plattform. Sammle mehr Spenden über digitale Touchpoints, Spendenaktionen oder Spendenshops. Überblicke Spenden, Spendenden-Daten, Deine Organisation und die Aufgaben Deines Teams in einer Plattform. Automatisiere wiederkehrende manuelle Tätigkeiten und schaffe einfachere Prozesse. Starte direkt kostenlos oder kontaktiere unser Team. Schießgrabenstraße 32 · 86150 Augsburg
Telefon: +49 (0)821 907862-50
kontakt@fundraisingbox.com
www.fundraisingbox.com

compact dialog GmbH

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

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

DEUTSCHLAND PLZ 9



Fördermittel für Ihre gemeinnützigen Aktivitäten

- DEUTSCHLANDWEIT -

Förderlotse Torsten Schmotz

Wir unterstützen gemeinnützige Träger bei der Gewinnung von Fördermitteln und im Fundraising. Wir bieten:

- Fördermittelberatung
- Fördermittelrecherche
- Antragstellung
- Auswahl Software
- Strategieentwicklung
- Organisationsentwicklung
- Seminare und Workshops
- Fachliches Coaching
- Fachbücher, Checklisten, Musteranträge
- Fördermittelverzeichnisse

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

mailalliance

Briefdienstleistung bundesweit vernetzt.

Versenden Sie

Zuverlässig & Preiswert
& Deutschlandweit
Mailings – Broschüren
Spendenquittungen!

www.mailalliance.net

mail alliance – mailworXs GmbH

Deutschlands großes alternatives Zustellnetzwerk. Versand bundesweit zu individuellen Konditionen. Alles aus einer Hand. Von der Einlieferung, Sortierung, Verteilung über die Zustellung bis zum Redressmanagement. Wir sind Ihr zuverlässiger Partner für den bundesweiten Versand Ihrer Mailings, Kataloge, Magazine und Tagespost.

Berner Straße 2 · 97084 Würzburg
Telefon: +49 (0)931 660574-224
info@mailalliance.net | www.mailalliance.net



Sebald Software

DaVinci®.organic.social.objects

- Adressmanagement: Spender, Mitglieder, Patenschaften, Sonstige
- Adresspools
- Rechtssichere Spenden- und Finanzbuchhaltung
- Quittungen, Dankbriefe, Serienbriefe
- Zahlungen/Banken, MT940/CAMT.53
- DATEV-, Excel-, Fundraisingbox-, Standard-integrationen
- Projekte, Sonderzwecke
- Reporting
- Versand, Druck, Post
- Kampagnen
- Relation Management

Häferhof 1 · 96250 Ebersfeld
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.

Centralbahnstrasse 10 · 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 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

Sonnmatthof 1 · 6023 Rothenburg
Telefon: +41 (0)41 3491616
info@alnovis.ch | www.alnovis.ch

Goodvantage GmbH

Goodvantage bietet ein Fundraising CRM für kleine und mittelgroße NPOs. Die standardisierte Lösung, basierend auf Microsoft Dynamics, deckt essenzielle Funktionen wie Zahlungsabwicklung, Newsletter und Briefierstellung 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
beneditikt@goodvantage.ch | <https://goodvantage.ch#>



AZ Fundraising

Spenderstamm-Analysen und -Segmentierungen helfen dir, gezielt deine Spender:innen zu entwickeln und effizient neue Spender:innen zu gewinnen. Als Basis dienen unsere Adressdatenbanken mit Millionen von Post- und E-Mail-Adressen. Letztere schlagen auch die Brücke zu Social Media. So sprichst du dieselben Personen über mehrere Kanäle an und betreibst erfolgreiches Cross-Channel-Fundraising.

Lorzenparkstrasse 10 · 6330 Cham
Telefon: +41 (0)41 248 44 44
welcome@az-direct.ch | www.az-fundraising.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

Die faire Partnerin für Fundraising.

Seit 1995

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 minimiert für Spender*innen den Verwaltungsaufwand.

Hardturmstrasse 261 · 8005 Zürich
Telefon: +41 (0)44 5638888
info@corris.com | www.corris.ch

Inhalte zählen. Alles andere ist Lärm.

Wir gestalten, was inspiriert und verbindet.

SoZmark 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
- Grossgönnner-/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



Klinik-Fundraising: ein Blick in die USA

Julie Cox aus Baltimore gibt wertvolle Impulse für Krankenhäuser in D-A-CH

Wo Institutionen des Gesundheitswesens beim Fundraising hierzulande dringend nachlegen sollten, zeigte die erfolgreiche Fundraiserin Julie Cox aus den USA. Und sie gibt Tipps, wie Vorstände und Manager sinnvoll eingebunden werden können.

Von JAN UEKERMANN

Ende Februar hatte die Fachgruppe Gesundheitswesen des Deutschen Fundraising-Verbands zum 13. Fachtag Fundraising im Gesundheitswesen geladen. Keynote-Speakerin war Julie Cox aus den USA, Vize-Präsidentin und Leiterin Development von LifeBridge Health, einem Verbund von fünf Krankenhäusern in Baltimore. Sie stellte am Fachtag und in kleiner „Kamin-Runde“ am Vorabend praxisnah dar, wie ihr Fundraising-Alltag aussieht. Dadurch wurde auch deutlich, wo insbesondere Institutionen des Gesundheitswesens hierzulande nachlegen sollten.

Volunteer Leadership

Eine ihrer wichtigsten Aufgaben nennt Julie Cox „Volunteer Leadership“. Insgesamt gehören rund 120 freiwillige Vorstände zu den fünf Krankenhäusern und weiteren LifeBridge Health angeschlossenen Profit- und Non-Profit-Institutionen. Und alle Vorstände



Julie Cox, Vize-Präsidentin und Leiterin Development von LifeBridge Health, stellte beim Fachtag Gesundheitswesen praxisnah dar, wie ihr Fundraising-Alltag in den USA aussieht.

sind – wie in den USA üblich und natürlich auch nach der 3G-Regel („give, get or go“) – sehr aktiv in die Fundraising-Aktivitäten involviert.

Allein um diese große Anzahl an sehr gut vernetzten und in der Community aktiven Vorständen zu managen und ihre Fundraising-Aktivitäten – meist Eins-zu-eins-Kontakte, also klassisches Großspenden-Fundraising – zu koordinieren und zu begleiten, bedarf es eines Fundraising-Teams. Julie

Cox hat in ihrer Abteilung derzeit 15 Personen, die zusammen ein Budget von jährlich rund 50 Millionen US-Dollar aufbringen, in besonderen (Capital-Campaign-) Jahren auch dreistellige Millionen-Beträge.

Bonuszahlungen für besondere Erfolge

Das Wichtigste im Leadership aus Cox' Sicht: die Mitarbeitenden zu binden, zu motivieren, zu schulen, zu begleiten. Dabei nutzt sie auch Bonuszahlungen, die für Team- und für individuelle Erfolge ausgezahlt werden. Cox weiß, dass die Beiträge zur Gesamtsumme der Fundraising-Einnahmen desto größer werden, je länger sie ihre Mitarbeitenden halten kann. Die banale Frage, wofür genau in einem so großen Komplex von Projekten und Bedarfen Fundraising gemacht werden soll, kann die langjährig Fundraising-Erfahrene inzwischen einfach beantworten: Jedes Jahr einigen sich die Verantwortlichen auf drei prioritäre Themen, die jeweils mit Projekten und Bedarfen hinterlegt sind. Das schließt nicht aus, dass Ärzte und andere Mitarbei-

Das kann gutes Klinik-Fundraising erreichen

Krankenhaus-Fundraising braucht starkes Leadership, gute Großspenden-Programme, aktive Stakeholder und Fundraising-Kulturen in den Einrichtungen. Dann ließe sich auch bei uns realisieren, dass:

- Ärztinnen, Krankenpfleger und alle in den Institutionen des Gesundheitswesens arbeitenden Menschen wertgeschätzt werden – sogar durch Spenden!
- Vorstände und weitere wichtige Stakeholder dieser Institutionen ganz aktiv im Fundraising eingebunden sind.
- Geschäftsführende von Krankenhäusern und anderen Institutionen des Gesundheitswesens Fundraising als eine Hauptaufgabe verstehen.
- Klarheit über Bedarf und Verwendung von Spenden herrscht.
- Fundraising-Abteilungen mit mehreren Mitarbeitenden in den Institutionen etabliert sind.
- Fundraising-Kampagnen, -Aktionen, -Gremien in diesen Institutionen zum Tagesgeschäft gehören.

tende Projekte identifizieren, für die Spenden benötigt würden. Doch hilft es dabei, diese als weniger wichtig einzustufen.

Strategie, Fokus und Disziplin

Effektives Zeitmanagement ist Julie Cox in ihrer Arbeit besonders wichtig. 75 Prozent der Arbeitszeit ihrer Fundraiser fließen in „umsatzbringende“ Aktivitäten wie Major Donors und Prospects anrufen und besuchen, Spenderkommunikation im Allgemeinen oder Treffen mit Fachpersonal wie Ärzten und Pflegepersonal. Cox ist davon überzeugt, dass der Erfolg ihrer Mitarbeitenden nicht auf Zufall, sondern auf einer klaren Strategie, Fokus und Disziplin basiert.

Der Erfolgsdruck macht vor Julie Cox und ihrer Abteilung natürlich keinen Halt. Um dem etwas entgegenzusetzen, arbeitet sie permanent daran, die interne Philanthropie-Kultur auszubauen. Vom Krankenpfleger an

der Seite der Patienten bis hin zur CEO: Alle sollen hinter den Fundraising-Aktivitäten stehen. Das hat sie beispielsweise mit dem „Grateful Patient Program“ in die Tat umgesetzt. Immer wieder hatte LifeBridge Health Spenden von ehemaligen Patienten bekommen, die damit ihre Dankbarkeit für die gute Behandlung ausdrücken wollten. Um diese Spendenmotivation strategisch zu nutzen, wusste Cox, dass sie Hand in Hand mit dem Pflegepersonal und den Ärzten zusammenarbeiten muss, die am besten wissen, wer sich als außergewöhnlich dankbar gezeigt hat. Denn das ist essenziell für den Erfolg des Programms: Dankbarkeit bei den Patienten zu identifizieren. Diese werden dann via Kultivierung in den Philanthropie-Kreislauf geführt.

In der Kommunikation setzt Cox auf die Darstellung der Wirkung von Spenden und Storytelling, wohlwissend, was auch die nächste Generation verlangt: Nicht mehr

einfach nur einen Scheck ausstellen. Vielmehr wollen sie die Krankenschwester kennenlernen, die hilft, das Baby im Kreißsaal zur Welt zu bringen, der nach der Spenderin benannt wurde.

Vorbild „Giving Circle“

Um Menschen zwischen 25 und 40 bereits in das Fundraising einzubinden, wurde ein „Leadership Council“ ins Leben gerufen. Dieser wird wie ein „Giving Circle“ gemanagt. Die Mitglieder treffen sich einige Male im Jahr, und während des Jahres muss eine bestimmte Summe von jedem Einzelnen eingebracht werden. Gemeinsam entscheiden sie dann am Jahresende, wo im Krankenhaus genau die Summe investiert werden soll. So sollen die jungen Menschen auch frühzeitig wichtige Gremienfunktionen kennenlernen, für deren Besetzung sie später prädestiniert sind. ■

asm

**MENSCHEN FÜR DIE GUTE
SACHE BEGEISTERN.**

FUNDRAISING IST UNSERE LEIDENSCHAFT

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

Jetzt
unverbindlich
Kontakt
aufnehmen!





Großspenden zur freien Verfügung?

Erfahrungen aus den USA zeigen: Erwünscht sind Fakten statt Fiktionen.

Deutlicher seit der Corona-Krise, aber als Trend schon länger wahrnehmbar, kommt Bewegung in eine Diskussion, in der alle Beteiligten eine bessere Figur machen könnten: Einerseits gilt das Einwerben von zweckfreien Großspenden seit langer Zeit als Königsdisziplin des Fundraisings und somit als fast unmöglich. Andererseits – verschärft durch einen selbstzerstörerischen Wettbewerb um die niedrigsten administrativen Kosten und einige Skandale – gelten Unterstützer als naiv, die es Organisationen freistellen, wie sie eingeworbene Gelder einsetzen.

Von **ASTRID VON SOOSTEN**

Spender glauben zu wissen, durch welche Vorgaben sich Impact generieren ließe, während Non-Profits in diesen Zeiten mehr statt weniger Spielraum brauchen. So werden dann in hochkomplexen Vorgängen operative Kosten als Impact generierende Spezialprojekte verpackt. Die Frage, inwieweit Missionen dadurch besser umgesetzt werden und Impact dort entsteht, wo er

gebraucht wird, ist berechtigt. In den USA führt dies zu noch langsamen, aber dennoch tektonischen Verschiebungen. In jüngerer Zeit forderten dort insbesondere lokal arbeitende Organisationen, dass Spender weniger Einfluss nehmen und Hürden senken. Edgar Villanuevas 2018 erschienenes Buch „Decolonizing Wealth“ verlangte, dass Stif-

tungen und Spender ihr als arrogant wahrgenommenes „Helfersyndrom“ ablegen und wahre Hilfe leisten. Begleitet von anderen deutlichen Stellungnahmen (z. B. Vu Le – Community Centered Fundraising) hat es den Sektor aufgerüttelt.

Herausragende Einzelfälle zeigen, was möglich ist

Eine Bewegung, die seither an Momentum gewinnt, ist die sogenannte vertrauensbasierte Philanthropie (www.trustbasedphilanthropy.org). Ihr fühlen sich mehr und mehr Stiftungen, aber auch Einzelpersonen verpflichtet. Herausragend hier: MacKenzie Scotts ungebundene Spenden in Höhe von jeweils mehr als zwei Milliarden US-Dollar an jeweils über 300 verschiedene Non-Profits in den Jahren 2022 und 2023. Sie hat auf der Website ihres Fonds (www.yieldgiving.com) dazu ihre Motivationen geteilt: „Seeding by Ceeding“, was so viel heißt wie „säen und abgeben“.

Hierzulande sind Großspenden meist noch mit Spezialwünschen verbunden und

Vertrauen ist der Schlüssel

Unsere Gespräche mit Philanthropie-Beratern und Recherchen zu Next-Gen-Philanthropie haben folgendes Bild ergeben:

- Partnerschaft ist die Grundlage des gemeinsamen Erfolgs.
- Sie entsteht durch Teilhabe und Begegnung auf Augenhöhe.
- Augenhöhe entsteht auf der Grundlage von Vertrauenswürdigkeit.
- Vertrauen wächst mit Transparenz mit einer überzeugenden Theorie der Veränderung (ToC Theory of Change) und nachweisbarem Impact.

als gewissenhafte Großspenden-Fundraiser stellen wir das Spenderinteresse natürlich in den Vordergrund (donor-centric). Dies ist ein schwieriger Spagat für Organisationen und oftmals eine große Belastung, denn sie gehen Verpflichtungen ein, denen nachzukommen den Wert der Spende drastisch dezimieren kann.

Einblick in die wirklichen Herausforderungen

Wie also befreien wir uns aus dem Dilemma, das Erwartungen und Realitäten gegeneinander ausspielt? Als Großspenden-Fundraiser wissen wir, dass Menschen, die hohe Summen spenden, meistens viel Geschäftserfahrung und einen durchaus ausgebildeten Realitätssinn besitzen. Die Erfahrung zeigt auch, dass sie immer dann besonders großzügig werden, wenn wir ihnen Einblick in die wirklichen Herausforderungen

gewähren. Oft ist es aber genau diese Konkretisierung, die wir ihnen vorenthalten, und so entwickeln sie eigene Vorstellungen der Unterstützung.

Konkurrenz um Fachkräfte

Dass Non-Profits notorisch unterfinanziert sind, liegt in ihrer DNA. Schon deshalb setzen sie ihre Mittel zwangsläufig gewissenhaft ein. Gleichzeitig konkurrieren Non-Profits zum Beispiel beim Fachkräftemangel mit der freien Wirtschaft. Ihre Gehälter müssen angemessen sein, damit auch sie gute Köpfe statt Mittelmaß rekrutieren können. Wir Fundraiser müssen im Dialog mit den Spendern diese Herausforderungen benennen und aufzeigen, wo Hilfe die meiste Wirkung entfaltet.

Wenn Non-Profits den Mut entwickelten, transparent zu machen, aus welchen Kostenposten sich ihre Aktivitäten

zusammensetzen, und auch die Systeme entwickelten, mit denen sie ihren wahren Impact dokumentieren, kämen Spender in die Lage, ihre Unterstützung auf Fakten statt Fiktionen zu basieren. Das verlangt Mut und Umdenken bei allen Beteiligten. ▣

Am 19. und 20. September 2024 veranstaltet Brakeley ein Training zu diesem Thema.

► www.brakeley.de



Astrid von Soosten, CFRE, ist Partnerin bei Brakeley Fundraisings Consultants in München. Sie ist seit fast 30 Jahren, spezialisiert auf Großspenden, im Fundraising tätig mit Stationen in

München, Kalifornien und Heidelberg. Sie berät eine Vielzahl von Organisationen aus dem Wissenschafts-, Kultur- und NGO-Bereich zu Fundraising-Strategie, Organisations- und Führungskräfteentwicklung und als Executive Coach.

► www.brakeley.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.



Mit einem Blick für Respekt

Die Bedeutung diskriminierungsfreier Kommunikation von NGOs

NGOs spielen eine entscheidende Rolle in der Förderung sozialer Gerechtigkeit und von Menschenrechten auf der ganzen Welt. Die Art und Weise, wie NGOs kommunizieren, ist von großer Bedeutung, da sie oft die Stimme derjenigen sind, die keine Stimme haben. Eine diskriminierungsfreie Kommunikation ist daher unerlässlich, um sicherzustellen, dass die Botschaften einer NGO nicht zur Verbreitung von Stereotypen führen.

Von **CORINNA AMBROSIUS**
und **YVONNE BECKERS**

Die Kommunikation von Organisationen sollte ein Vorbild für Toleranz und Respekt sein, Respekt vor kultureller Vielfalt und Schutz der Menschenwürde. NGOs arbeiten oft in verschiedenen Teilen der Welt und mit Menschen unterschiedlicher kultureller Hintergründe. Es ist wichtig, kulturelle Sensibilität in der Sprache und Darstellung

von Menschen zu zeigen und Begriffe und Bilder zu vermeiden, die eine bestimmte Kultur herabsetzen oder verallgemeinern und so zu Diskriminierungen führen können. Das betrifft vor allem die Verwendung von Stereotypen (z.B. „die hungernden Kinder in Afrika“, „die armen Menschen, die nichts haben“). Werden Menschen auf Stereotype reduziert, ist ihre Würde zweitrangig und sie dienen dem Gelderwerb der Organisationen und der weiteren Verbreitung unangemessener Stereotype.

Wie wollen wir selbst
wahrgenommen werden?

Stellen wir uns doch bei beispielhaften Texten und Bildern einmal die Frage, ob wir selbst gern so dargestellt werden möchten oder unsere Kinder, Familie oder Partner. Lautet die Antwort nein, so sollten wir auch andere Menschen so nicht zeigen. Die Liste der Diskriminierungsbeispiele könnte endlos

fortgesetzt werden mit anderen Dimensionen wie Geschlecht, sexuelle Identität und Orientierung, Menschen mit Behinderungen, Religionen und vielem mehr.

Die Sprache, die NGOs verwenden, hat auch die Macht, positive Veränderungen zu bewirken. Sie können aktiv dazu beitragen, Vorurteile abzubauen und die Solidarität zwischen verschiedenen Gruppen und Gemeinschaften zu fördern.

Zeigen sollten wir daher vielmehr Menschen, die genauso Mensch sind wie wir – mit ihren persönlichen Stärken und Schwächen. Menschen, die etwa aufgrund von Kriegen, Dürren oder wirtschaftlich schlecht aufgestellten Staaten in herausfordernden Situationen leben müssen. Menschen, die vor allem eine eigene Stimme haben und nicht nur hilfsbedürftig sind. Am Ende ist es nur eine Frage der Perspektive: Worauf werfe ich das Scheinwerferlicht? Auf die reine Not oder die Menschen, die in dieser leben müssen?

Und brechen unsere Spenden ein, wenn wir die Perspektive in der Darstellung verändern? Diese Angst kann berechtigt sein. Aber haben Sie es bereits versucht?

Erwartungen der Spendenden verändern sich

Die Gesellschaft in Deutschland verändert sich. Vor allem jüngere Zielgruppen, die unsere Spenderschaft der Zukunft sind, erwarten oftmals sogar eine diskriminierungsfreie Darstellung. Und auch viele Ältere verstehen immer mehr, dass es wichtig ist, Menschen mit Würde entgegenzutreten, und honorieren dies. Vielleicht erreichen Sie sogar neue Zielgruppen, die sich von stereotypen Darstellungen abgeschreckt fühlen.

Um sicherzustellen, dass diskriminierungsfreie Kommunikation in einer NGO wie Ärzte ohne Grenzen e. V. eingehalten wird, sind Schulung und Sensibilisierung unerlässlich.

Aus diesem Grund werden seit letztem Jahr – neben der Erstellung einer international geltenden Richtlinie – Mitarbeitende weltweit regelmäßig geschult. Ein online verfügbares E-Learning-Tool in mehreren Sprachen soll von allen neuen Mitarbeitenden, die im Fundraising und der Kommunikation tätig sind, genutzt werden. Zusätzlich wird angestrebt, mehr mit lokalen Medien-Produzenten zu arbeiten, um der Übermacht der weißen Perspektive entgegenzuwirken.

Die Verwendung diskriminierungsfreier Kommunikation ist also von grundlegender Bedeutung, um die Werte der sozialen Gerechtigkeit und Inklusion zu fördern und Stereotype abzubauen. Wir werden weiterhin viele Fehler auf dem Weg dahin begehen, das gehört zum Lernen dazu. Jedoch können NGOs durch den Einsatz diskriminierungsfreier Sprache und Bilder langfristig eine positive Veränderung bewirken und eine gerechtere Welt vorantreiben. 



Corinna Ambrosius ist Senior Advisor Management für Integrierte Fundraising-Kampagnen bei Ärzten ohne Grenzen. Sie arbeitet seit mehr als zwölf Jahren im deutschen Büro von Ärzten

ohne Grenzen im Fundraising. Lange Zeit war sie im „One To Many“-Team mit dem Schwerpunkt Online-Fundraising tätig – teilweise in einer Tandemleitung gemeinsam mit Yvonne Beckers.

► www.aerzte-ohne-grenzen.de



Yvonne Beckers ist seit zehn Jahren im deutschen Büro von Ärzten ohne Grenzen die Bereichsleiterin Marketing „One To Many“ im Fundraising. Im letzten Jahr hat sie den Roll-out für

eine internationale Equity-, Diversity- und Inklusion-Guideline für externe Kommunikation auf internationaler Ebene der Organisation geleitet. Darüber hinaus ist sie sowohl bei Ärzten ohne Grenzen als auch freiberuflich als Diversity-Trainerin tätig.

► www.aerzte-ohne-grenzen.de

FUNDRAISINGBOX



ENTFALTE DAS GESAMTE POTENZIAL DEINER ORGANISATION

Multi-Channel-Fundraising:

Höheres Spendenvolumen. Mehr Spenden. Bessere Conversions.

CRM:

Entwickelt für NGOs, gemacht für echte Verbindungen zu Deinen Spendenden.

360° Payments:

Alle relevanten Zahlungsarten, maximal sicher & flexibel.

Integrationen & API:

Optimierte Prozesse und Datenflüsse und integriere Systeme.





Empathisches Texten mit KI

Wie Künstliche Intelligenz den Ton Ihrer Zielgruppe(n) besser trifft

In der Welt des Fundraisings ist treffsichere Kommunikation entscheidend für den Erfolg von Kampagnen. Beim Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) sollte die Zielgruppe stets mit einbezogen werden. Denn nur, wenn sich Lisa (32) genauso angesprochen fühlt, wie Michael (62) erzielt Ihre Kommunikation die maximale Wirkung.

Von DANIELLE BÖHLE

Viele Fundraiserinnen und Fundraiser wissen beim Texten alles über die eigenen Projekte, die Ziele der Organisation und die Botschaft, die sie vermitteln wollen. Doch von den Personen, für die sie gerade schreiben, haben sie nur ein diffuses Bild im Kopf. Meist ist es die ältere Spenderin, die regelmäßig spendet, weil sie die Arbeit der NGO wichtig findet. Online ist die Zielgruppe „etwas jünger“.

Wer auf dieser Grundlage Künstliche Intelligenz (KI) nutzt, um Texte zu entwickeln, bekommt oft Inhalte präsentiert, die sich vorwiegend um die Projekte und die Ziele der Organisation drehen. Aus der KI

kommt schließlich nur raus, was wir reingeben. Und viele Eingabebefehle lauten in etwa so: „Schreib einen Spendenaufruf für eine kirchliche Organisation, die um Spenden für ein Jugendhilfeprojekt wirbt.“ Ohne Angaben zur Zielgruppe richtet sich auch die KI nur an eine tendenziell weibliche, ältere und sozial hoch engagierte Spenderschaft. Denn das ist es, was sie – genauso wie die meisten Fundraiserinnen und Fundraiser – als klassische Spenderzielgruppe annimmt. Genau diese Menschen spenden aber sowieso. Wie bekommen wir Texte für Personen, die wir mit unserem bisherigen Kommunikationsstil nicht so gut erreichen?

Die Basis: Zielgruppenvorgaben ausarbeiten oder erstellen lassen

Bevor Sie eine KI beauftragen, einen Text zu verfassen, geben Sie ihr eine klare Zielgruppendefinition. Dieser Schritt ermöglicht es der KI, gezielt auf die Bedürfnisse und Vorlieben einer bestimmten Gruppe einzugehen. Analysieren Sie die Zielgruppe zunächst so genau wie möglich. Welche Merkmale zeich-

nen sie aus? Welche Werte und Interessen verfolgt sie? Je präziser die Informationen sind, desto genauer kann die KI den Text auf die Zielgruppe zuschneiden.

Personas als detailliertere Beschreibungen

Manche Zielgruppen können Sie sich durch die KI beschreiben lassen. Zum Beispiel, wenn Sie selbst noch nicht viel über die Gruppe wissen, es sich aber um gängige Cluster handelt, wie die Generation Y oder Baby Boomer, Sinus-Milieus, Wertetypen wie Limbic Types, spezielle Interessensgruppen oder auch Menschen, die von einer bestimmten Krankheit betroffen sind (und somit für deren Bekämpfung spenden könnten).

Nun gilt es, die Zielgruppe zu verfeinern: Lassen Sie die Zielgruppen nicht nur oberflächlich beschreiben, sondern verlangen Sie von der KI mehr Tiefe. Das gelingt etwa durch die Erstellung sogenannter „Personas“. Personas sind detaillierte, fiktive Charakterprofile, die die wichtigsten demografischen, aber auch psychografischen Merkmale und

Verhaltensweisen einer Zielgruppe repräsentieren. Emotionale Motivationen und Bedürfnisse sind ein wichtiger Bestandteil, was Texte ermöglicht, die nicht nur informativ, sondern auch emotional ansprechend sind.

Im nächsten Schritt werden Zielgruppen differenziert. Gibt man der KI den Befehl „Erstelle eine Persona, die aus der Generation Y stammt“, so erhält man fast immer eine ziemlich woke Social-Media-Managerin namens Lisa Müller, Alter 32, die in einer Großstadt lebt. Hier ist es wichtig, die KI (auch) zu Menschen zu bringen, die weniger naheliegend sind: „Erstelle eine Persona aus der Generation Y, die auf dem Land wohnt, nicht studiert hat und nicht sehr nachhaltig lebt“. Es sind ja gerade die Menschen, die nicht so nah am Thema oder ohnehin schon in unseren Köpfen sind, die wir besonders clever erreichen müssen, um sie für eine Spende zu gewinnen. Es empfiehlt sich also, nicht nur auf eine Persona pro Zielgruppe zu setzen.

Jetzt kann die KI zielgruppengenaue Texte

Hat man alle relevanten Personas oder die eigenen Zielgruppendefinitionen fertiggestellt, darf die KI endlich Texte schreiben. Ein zielgruppengerechter Befehl könnte lauten: „Verfasse jeweils einen Spendenaufruf für [Organisation/Thema beschreiben], der sich an die [zuvor generierten] Personas ‚Lisa‘ und ‚Michael‘ richtet. Berücksichtige dabei ihre Wünsche und Ziele. Wähle jeweils für beide passend Tonalität und Kanal. Wähle ein Projekt, für das sich Lisa und Michael am ehesten begeistern lassen. Begründe, warum das so ist. Welche Geschichte aus dem Projekt wird Lisa am stärksten berühren, welche Michael?“

Je besser Sie die Zielgruppen beschrieben haben, umso individueller und spenderzentrierter werden die generierten Texte, Geschichten oder Projektbeschreibungen.

Und auch, wenn die Spendenaufrufe nicht immer perfekt sind, bilden sie eine gute Basis für einen alternativen Kommunikationsstil. Denn sie unterscheiden sich in der Regel deutlich vom Spendenbrief an die „ältere Mehrfachspenderin, die alle unsere Projekte toll findet“.

Binden Sie beim Texten die Zielgruppe also immer mit ein – egal, ob mit oder ohne KI. ▣



Dipl.-Psych. **Danielle Böhle** berät seit Ende 2010 gemeinnützige Organisationen. Die Expertin für Spenderpsychologie mit Schwerpunkt Spenderbindung vermittelt ihren Kunden mit

Leidenschaft und Expertise den notwendigen Blick für die Spenderperspektive. Dazu führt sie regelmäßig organisationsspezifische Spenderbefragungen und Spenderinterviews durch.

► www.goldwind-bewirken.de



Boost Your Mission: Wir managen, Sie wachsen!

Die Qualität, Flexibilität und Effizienz unserer maßgeschneiderten Outsourcing-Lösungen bedeuten für Sie: Mehr Zeit für das, was wirklich zählt – Ihre Spenderbeziehungen. Wachsen Sie weiter – mit uns an Ihrer Seite.





Hebel für erfolgreiches E-Mail-Marketing

Studie zeigt Erfolgsfaktoren für Organisationen im deutschsprachigen Raum

E-Mail-Marketing ist inzwischen ein fester Bestandteil im digitalen Fundraising-Mix vieler NPOs. Höchste Zeit für eine wissenschaftliche Untersuchung der Fundraising-Disziplin. Unter Betreuung von Prof. Dr. Vanessa Mertins und Prof. Dr. Michael Urselmann und in Kooperation mit den Firmen Altruja/RaiseNow ist die Studie zu Erfolgsfaktoren im E-Mail-Marketing von NPOs entstanden. Hierfür wurden Daten von 153 NPOs aus der D-AC-H-Region ausgewertet.

Von SONJA HARKEN

Die Vorteile des E-Mail-Marketings liegen auf der Hand: Der Kanal kann in allen Phasen des Spenderlebenszyklus eingesetzt werden. E-Mail-Marketing-Tools bieten in der Regel umfangreiche Auswertungsmöglichkeiten. Wenn Daten sinnvoll genutzt werden (hier liegt ein Knackpunkt), können NPOs passgenau und individualisiert kommunizieren. E-Mail-Marketing ist ein monetär relevanter Online-Kommunikationskanal: Im Schnitt machen die daraus generierten Einnahmen 30 Prozent des Online-Spendenvolu-

mens aus. Dem gegenüber stehen klassische NPO-Herausforderungen. Es mangelt an personellen Ressourcen (im Median stehen nur fünf hauptamtliche Wochenstunden für E-Mail-Marketing zur Verfügung) und bei 65 Prozent der NPOs gibt es kein festgelegtes Budget für E-Mail-Marketing.

Potenzial für Erfolgssteigerung

Mithilfe eines Erfolgsindex wurde in der Studie berechnet, wie erfolgreich NPOs E-Mail-Marketing umsetzen. Es besteht viel Potenzial für Erfolgssteigerung, denn die Mehrheit der NPOs erzielt lediglich niedrigen bis mittleren E-Mail-Marketing-Erfolg.

Wir haben uns gefragt: Was sind die Erfolgsfaktoren von E-Mail-Marketing und wo liegen die stärksten Hebel zur Erfolgssteigerung? Maßnahmen, bei denen eine unterdurchschnittliche Leistung (Performance) der NPOs einem überdurchschnittlichen Totaleffekt (Importance) auf den Erfolg gegenübersteht, haben das größte Verbesserungspotenzial und sind damit die relevanten Stellschrauben zur Verbesserung des E-Mail-Marketing-Erfolgs. Die Analyse

zeigt, dass NPOs ihre Kommunikationsinstrumente für das E-Mail-Marketing ausbauen sollten. Besonders erfolgsrelevant und ausbaufähig sind hier die Leadgenerierung durch Mitarbeitende sowie Kooperationen. Ersteres kann leicht verbessert werden, etwa indem möglichst viele Mitarbeitende einen Anmeldelink zum E-Mail-Marketing in ihre E-Mail-Signatur einbinden. Eine Kooperation kann darin bestehen, dass Partner den Newsletter einer NPO in ihren Newslettern oder Publikationen bewerben.

Bewerben von Dauerspenden

Den stärksten Totaleffekt, bei unterdurchschnittlichem Leistungswert, weist der Erfolgsfaktor individualisierte Spender- und Beziehungsorientierung auf. Hierzu zählt unter anderem das Bewerben von Dauerspenden. Verbesserungen lassen sich zum Beispiel durch die Vorstellung von Patenprogrammen und Dauerspenden-Testimonials erzielen. Besonders verbesserungswürdig sind auch ein verknüpftes Datenmanagement und die Steuerung der Donor Journey. Ein verknüpftes Datenmanagement

erfordert die Verbindung unterschiedlicher Software-Systeme, etwa über eine Schnittstelle zwischen E-Mail-Marketing-Tool und Datenbank.

Verbesserungen des Datenmanagements entwickeln sich schnell zu umfangreichen Projekten, sind allerdings hochrelevant. Ein leistungsfähiges und verknüpftes Datenmanagement ist gar erst Voraussetzung für die Umsetzung von individualisierten Donor Journeys mittels Marketing-Automation.

Ausrichtung an den Bedürfnissen der Empfänger

Ebenfalls wichtig und verbesserungswürdig ist die inhaltliche Relevanz für Empfänger. Die Ausrichtung des E-Mail-Marketings an den Interessen und Bedürfnissen der Empfänger ist von großer Bedeutung für den E-Mail-Marketing-Erfolg. Relevante Inhalte lassen sich durch systematische Befra-

gungen sowie die Analyse von Kennzahlen und Spenderdaten identifizieren. Voraussetzung ist hier wiederum das Vorhandensein der wesentlichen Daten. Damit einher geht die Ausweitung der technischen Analyse von Nutzerpräferenzen, die ihrerseits eine wichtige (und verbesserungswürdige) Stellschraube ist.

Datengetriebenes Marketing

Angesichts ihrer geringen Ressourcen sollten NPOs sich auf die Maßnahmen konzentrieren, deren Verbesserung eine hohe Erfolgssteigerung verspricht. Die Studie zeigt, dass dies insbesondere Maßnahmen zur Empfängerzentrierung sind, die mit einem datengetriebenen Vorgehen einhergehen: Daten sind zu erheben, mit vorhandenen Daten zu verknüpfen, auszuwerten und zu nutzen, um Empfänger zielgerichtet anzusprechen. Verbesserungen in diesem Bereich tragen wohl

nicht nur zu einem höheren E-Mail-Marketing-Erfolg bei, sondern können einen relevanten Beitrag zu einer zukunftsfähigen Basis für das gesamte (Online-) Fundraising leisten. ▣



Das Paper zur Studie steht kostenlos zur Verfügung. Scannen Sie einfach den QR-Code.



Sonja Harken befasst sich praktisch und wissenschaftlich mit Fundraising. Als freie Fundraiserin mit Online-Schwerpunkt berät und begleitet sie Organisationen bei verschiedenen Fundraising-Themen. Zuvor hat sie als Projektleiterin bei der Schweizer Agentur Qmart sowie als Fundraiserin bei der Diakonie Michaelshoven gearbeitet und war für Brot für die Welt in einem Projekt zu digitalen Kollekten tätig.

► www.sonjaharken.de

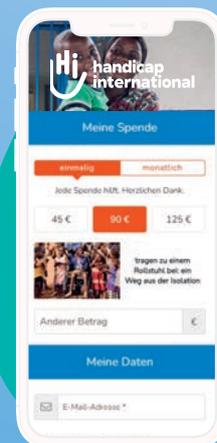
iRaiser

Empowering World-Changers



COMMUNITY FUNDRAISING

Geben Sie Ihrer Community neue Möglichkeiten, selbst aktiv zu werden



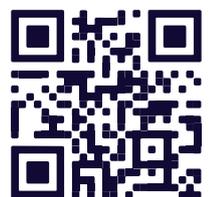
SPENDENFORMULARE

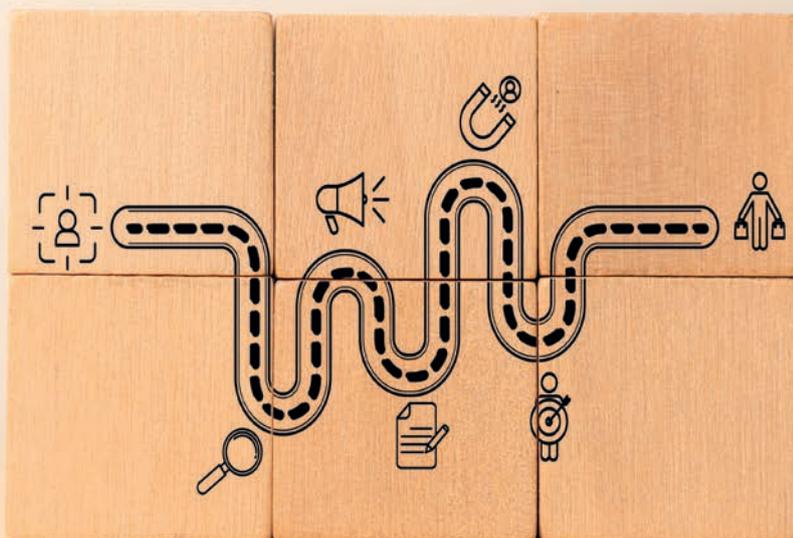
Optimieren Sie Ihr digitales Fundraising mit flexiblen Spendenformularen

SIE VERTRAUEN UNS



SCAN MICH !





Von Klick zu Klick

Wie man Spendende ganzheitlich anhand ihrer Onlinedaten verstehen kann

Einmal begonnen, ist das Spenderverhalten entlang der Spenden-Journey nicht linear, sondern vielmehr chaotisch und sehr individuell. Spenderinnen und Spender haben jedoch den Wunsch nach nahtlosen, unkomplizierten Erlebnissen gemeinsam, während sie gleichzeitig mit einer wachsenden Anzahl von Angeboten, Touchpoints und Kanälen konfrontiert sind. Erfolgreiche Organisationen bieten Orientierung und schaffen es, ihr Angebot über die gesamte Reise hinweg optimal zu positionieren.

Von JASMIN PAMPUCH

Nur ein ganzheitliches Verständnis der Spenden-Journey ermöglicht die Entwicklung und Anpassung einer kundenorientierten Strategie. Doch einfacher gesagt als getan. Noch nie standen so viele Touchpoints und Möglichkeiten zur Verfügung. Zahlreiche Studien zeigen die steigende Relevanz von

digitalen Touchpoints. Onlinerecherche wird für nahezu alles betrieben. Dies sollte man sich als Organisation vor Augen führen und entsprechend Präsenz zeigen. Die Bremer Marktforschungsagentur Bonsai hat einen Spendenmonitor durchgeführt, in dem die Befragten angeben, sich zumeist direkt und unbeeinflusst für eine Organisation zu entscheiden.

Widerspruch zwischen Aussagen und tatsächlichem Verhalten

Studien zeigen jedoch, dass Menschen ihr Online-Verhalten gar nicht zuverlässig wiedergeben können. Auf Nachfrage geben 24 Prozent an, Google auf ihrer Journey zu nutzen. Misst man jedoch das direkte Verhalten, sind es 93 Prozent. Warum? Die Vielzahl an Online-Touchpoints, die Schnelligkeit und die Häufigkeit der Nutzung machen es schier unmöglich, diese im Nachhinein wiederzugeben. Denken Sie doch nur mal dran, wie

häufig Sie diese Woche die Suchmaschine genutzt haben und welche Suchwörter Sie dort eingegeben haben: Wohin hat Sie die Suche geführt? In welcher Reihenfolge haben Sie die Touchpoints genutzt?

Online-Touchpoints bieten einen entscheidenden Vorteil: Man kann sie messen – passiv, völlig unbeeinflusst, ohne Postrationalisierung. Genau dieses Verfahren nutzt Bonsai, um die Spenden-Journey zu decodieren. Die Basis bilden sogenannte Clickstreams, die kontinuierlich aufgezeichnet werden, unabhängig davon, was die Menschen, die sich zum Teilen dieser Daten bereiterklärt haben, online machen. Es ist somit möglich, rückwirkend zu analysieren, welche digitalen Aktivitäten zum Thema Spenden durchgeführt wurden. Hierbei wird auf echte, unbeeinflusste Journeys zugegriffen, die vorab selektiert werden können. Die URLs bilden die Grundlage der Analyse. Jeder Klick, den Spender tätigen, erzeugt eine neue URL und

ermöglicht es, den Weg der Spender nachzuvollziehen. Der Vorteil ist hierbei, sehr tief in die Journey eintauchen zu können. Für die Analyse der Touchpoints gibt es verschiedene Möglichkeiten, wie beispielsweise das Analysieren von Informationen aus der URL, etwa, welche Unterseite aufgerufen wurde. Diese kann ein Thema in einem Forum, ein bestimmter Artikel auf einer Website oder ein Video sein. Zusätzlich können die genutzten Suchbegriffe extrahiert und codiert werden, um deren Wirkung zu analysieren. Daraus ergibt sich eine Relevanz von Touchpoints, die Reihenfolge, Häufigkeit und Dauer der Nutzung innerhalb der Journey und der Kontext, in dem eine Spende getätigt wird.

Dies kann genutzt werden, um differenziert zu verstehen wie, wo und wann Organisationen (potenzielle) Spenderinnen und Spender erreichen können und entsprechend die richtigen Informationen be-

reitstellen, um sie zu informieren und letztendlich zu einer Spende zu bewegen. Es wird der gesamte Verlauf der Online-Recherche inklusive der wichtigsten Touchpoints und Suchbegriffe analysiert – vom ersten Kontakt mit dem Thema Spenden bis zum Ende der Online-Journey oder der tatsächlichen Spende. Besonders wichtig sind hier die Rolle und Inhalte der genutzten Touchpoints, aber auch die Rolle unterschiedlicher Organisationen und Spendenzwecke. Hinter diesen Auswertungen stehen Millionen von Datenpunkten. Eine typische Customer-Journey-Studie umfasst dabei durchschnittlich 4 835 045 einzelne URLs und ihre Unterseiten sowie 365 215 Suchbegriffe.

Alle Daten stammen aus den passiv gemessenen Onlinedaten der User, dem echten Verhalten. Die Analysen bieten eine valide Basis für zielgerichtete Marketingaktivitäten, wie zum Beispiel Suchbegriff-Optimierung in der Suchmaschine und auf der Website,

optimales Targeting an den relevanten Touchpoints und vieles mehr. Bonsai plant aktuell in Kooperation mit dem Fundraising-Verband eine Mehrbezieherstudie, die es Organisationen ermöglicht, Details der Spenden-Online-Journey gezielt für ihre Organisation zu evaluieren. 



Jasmin Pampuch

arbeitet seit 2014 beim Marktforschungsunternehmen Bonsai. Sie leitet den Bereich Shopper Research und ist außerdem Teil der Geschäftsleitung. Die Soziologin

ist Expertin für die Analyse und Interpretation von digitalen Observationsdaten und die Auswirkungen verschiedener Marketingaktivitäten auf das Verbraucherverhalten. Sie ist darauf spezialisiert, verschiedene Forschungsmethoden (von Befragung bis Verhaltensdaten) zu kombinieren und innovative Techniken zu nutzen, um ein umfassendes Verständnis des Menschen als Spender und seiner Journey zu erlangen.

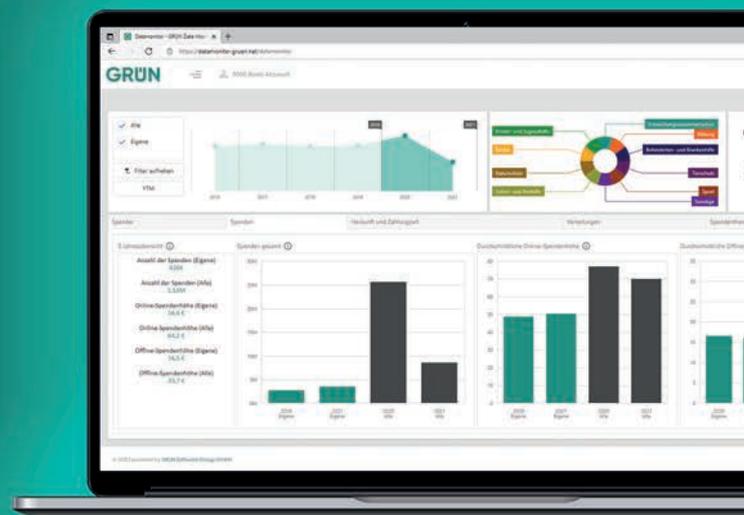
► www.bonsai-research.com

Wir digitalisieren Non-Profit-Organisationen!

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



gruen.net/fm



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

GRÜN



Vertrauen nicht mit KI verspielen

Die Internationale Initiative Fundraising.AI hilft, ethische Standards für KI zu etablieren

Das stärkste Werkzeug im Fundraising ist Vertrauen, das wissen wir alle. Wird der Einsatz Künstlicher Intelligenz (KI) dieses Vertrauen schwächen? Und was lässt sich dagegen tun? Eine Open-Source-Initiative hat sich des Problems angenommen.

Von **DANIELA MÜNSTER**

Wer hat noch nicht mit ChatGPT herumprobiert, kurze Texte geschrieben, einen Spendenbrief entworfen ... nur mal so zum Test oder als Basis für echte Aufgaben? Wie faszinierend ist das auch mit Bildern; Dall-E oder Midjourney erzeugen sie kostenlos nach Wunsch und das Internet ist bereits voll davon! Doch darf man Künstliche Intelligenz (KI) so einfach bedenkenlos nutzen? Vor allem: Sollte man es tun?

Fragen, die Datenschutzbeauftragte zum Weinen bringen. Weil es dabei um so vieles geht: Urheberrecht, Persönlichkeitsrechte, informationelle Selbstbestimmung, die USA als „unsicheres Drittland“, letztendlich fehlende Transparenz und Kontrolle.

Hier setzt die internationale Initiative Fundraising.AI an: bei der Selbstverpflichtung zu Transparenz über den Einsatz Künstlicher Intelligenz im Fundraising. Denn Fakt ist: KI geht nicht mehr weg aus der Gesellschaft. Verantwortungsvoller Umgang – direkt von Anfang an – ist also mehr als geboten. Menschen, die spenden, reagieren bekanntermaßen empfindlich, wenn sie merken, dass

sie getäuscht worden sind. Fundraising.AI ist keine „Datenpolizei“, sondern eine Open-Source-Initiative aus den USA, getragen von Big Playern wie „GivingTuesday“. Bereits 2018 hatte der Fundraising-Experte Nathan Chappell das Konzept ins Leben gerufen. Ursprünglich lag der Fokus darauf, KI-Entwickler, die sich für verantwortungsbewusstes Arbeiten interessieren, zu vereinen. Mit dem Aufkommen der generativen KI im Jahr 2022 wurde deutlich, dass es entscheidend ist, Bildungsressourcen und Methoden für den gemeinnützigen Sektor bereitzustellen. International arbeitet man mit Partnern wie Resource Alliance zusammen, „um Informationen und Erkenntnisse einem globalen Publikum zugänglich zu machen“, wie es auf der Website zu lesen ist.

Zehn Gebote zur guten KI-Nutzung

Konkret gibt es bereits eine Rahmenvereinbarung, die zehn Grundsätze für verantwortungsvolle KI-Nutzung beinhaltet. Im Wesentlichen geht es dabei um Daten-Ethik, Privatsphäre, Inklusivität, Transparenz, selbstverständlich um die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften, Rechenschaftspflicht sowie Nachhaltigkeit und sozialen Einfluss. „Streben Sie danach, die positiven sozialen Auswirkungen von KI bei der Mittelbeschaffung zu maximieren und gleichzeitig potenzielle Schäden zu minimieren“, heißt es im Text. Für die Praxis bedeutet dies, das

Thema KI als geteilte Verantwortung, als „Querschnittsaufgabe“, und nicht als reines IT-Problem zu behandeln. Der Leitfaden soll Non-Profits helfen, verantwortungsvolle KI-Praktiken in der gesamten Organisation zu etablieren, ähnlich den Richtlinien für Ethik, Datenschutz oder Sicherheit. Privatpersonen und Institutionen können das „Framework“ unterstützen und somit zeigen, dass sie am Thema dranbleiben. ▣

► <https://fundraising.ai/framework>

Termin vormerken:

Fundraising.AI Global Summit
am 1. Oktober 2024

Der Fundraising.AI Global Summit ist das größte Treffen gemeinnütziger und gewinnorientierter Fachleute und Organisationen, um die Rolle verantwortungsvoller und nützlicher KI beim Fundraising zu erkunden. Ethische Anwendung von KI-Technologien stehen diesmal im Mittelpunkt. Die Veranstaltung findet online statt, in diesem Jahr am 1. Oktober. Anmeldungen sind bereits möglich unter:

► <https://fundraising.ai/summit>

Die Beiträge vom 2023 Summit lassen sich hier kostenlos abrufen:

► <https://fundraising.ai/resources>

„Um den umfassenden Schutz aller Vögel und ihrer Lebensräume dauerhaft zu gewährleisten, muss der freiwillige Vogelschutz auf allen Ebenen unserer Gesellschaft anhaltende spürbare Veränderungen bewirken, lokal, national wie international.

Partner wie Ifunds leisten ihren Beitrag, indem sie Ressourcen, Fachkenntnisse und andere Unterstützung bereitstellen.“

Vogelschutz-Komitee Naturstiftung
Dipl.-Biol. Dr. Eberhard Schneider
Vorstand



Auf allen Ebenen für Sie da.



Für Ihre Mission machen wir uns stark. Wir arbeiten seit 25 Jahren ausschließlich für Non-Profit-Organisationen und kennen uns mit der täglichen Routine aus. Mit Ressourcen, Erfahrung und ständig aktualisiertem Know-how setzen wir uns für Sie und Ihre Organisation ein. Eine professionelle Zusammenarbeit, flexible Anpassungsmöglichkeiten und eine gepflegte Rückmelde-Kultur zeichnen die administrative Leistung unseres Ifunds-Service-Teams aus.

Wir helfen Ihnen, damit Sie helfen können!

ifunds

Kontakt.

kontakt@ifunds-germany.de

Fon +49 22 1 66 99 52 0

Seminare und Tagungen im Überblick

MAI

- Neu im Vorstand?
Wichtiges, was ein Vorstand kennen muss
27.05., online
<https://sport-erlebnisse.de>
- Mitgliederschwund? Keine Nachfolge? Was nun?
27.05., online
www.vitaminb.ch
- re:publica Berlin 2024: Who Cares?
27.05.-29.05., Berlin
<https://re-publica.com>
- Basiskurs Freiwilligenkoordination:
erfolgreich Freiwillige gewinnen und begleiten,
damit Engagement wirken kann
27.05.-29.05., Berlin
www.ehrenamt.de
- Digitale Resilienz-Reise; mehrere Module
27.05.-05.08., online
www.skala-campus.org
- Referent*in Unternehmenskooperation
27.05.-02.10., Schmitt/Hofgeismar sowie
online
www.fundraisingakademie.de
- Social-Media-Strategie für Fortgeschrittene
28.05., online
www.hausdesstiftens.org

26. Juni 2024
Kursaal, Bern

Swiss-Fundraising-Day

swissfundraisingday.ch

- Feierabend mit proFonds: Netzwerkanlass auf der
Geschäftsstelle von proFonds
28.05., Basel
www.profonds.org
- #DSEerklärt: Bring deinen Verein zum Wachsen
28.05., online
www.deutsche-stiftung-engagement-und-ehrenamt.de
- DSEerklärt: Mitglieder aktivieren & langfristig
binden
29.05., online
www.deutsche-stiftung-engagement-und-ehrenamt.de

Webinar: Nachlass regeln, Testament verfassen
29.05., online
www.heks.ch

Social-Media-Werbung für Non-Profits
29.05., online
www.hausdesstiftens.org

Digitale Werbung für (analoge) Formate
30.05., online
<https://weiterbildungsforum-ehrenamt.de>

JUNI

Rechtliche Aspekte:
Optimierung der Vereinssatzung
03.06., online
www.ehrenamt.de

Fachtag Gemeinwohl-Ökonomie für Non-Profit-
Organisationen
03.06., Berlin
<https://fundraisingkongress.squarespace.com/fachtaggwoe>

7. Symposium Corporate Volunteering:
„Gemeinsam Zukunft gestalten“
03.06., Wien
www.wirtschaft-hilft.at

Deutscher Fundraising Kongress 2024
03.06.-05.06., Berlin
www.dfrv.de/dfk

HoR goes digital: Die ZusammenKUNFT eG –
mit Beispiel „Haus der Statistik“ – stellt sich vor
04.06., online
www.house-of-resources.berlin

Finanzierungsmöglichkeiten: Wie kann man einen
Verein oder ein Projekt finanzieren?
04.06., online
<https://weiterbildungsforum-ehrenamt.de>

Erfolgreich Fördermittel einwerben –
von Aktion Mensch bis Zontas
04.06., online
www.ibpro.de

Schreibfit 2.0: Wie ChatGPT als Basis Ihnen
dabei hilft, Ihre (kreativen) Schreibfähigkeiten
zu verbessern
04.06.-05.06., online
www.npo-academy.com

MünchnerStiftungsFrühling (MSF):
04.06.-09.06., München und Umgebung
www.muenchnerstiftungsfruehling.de

Online-Seminar: „Recht für Vereine“
05.06., online
www.fundraising.at

Schnupper-Workshop:
Einführung in die Konsent-Moderation
aus dem Organisationsmodell der Soziokratie
05.06., online
www.wu.ac.at

20. fundraising forum hamburg 2024 für Kirche
und Diakonie
05.06., Hamburg-Altona
www.diakonie-hamburg.de

Zukunftskongress Sozialwirtschaft managen
05.06.-06.06., Essen
www.sozialwirtschaft-managen.de

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

Social Media-Strategie – eine Einführung
06.06., online
www.hausdesstiftens.org

Forum des Fondations 2024
06.06., Lausanne
www.profonds.org

MOVE024 – Der christliche Medienkongress
06.06.-07.06., Kassel
<https://moveo-medienkongress.de>

Unternehmenskooperationen für Vereine und
NPOs – wie Sie diese gewinnbringend gestalten
06.06.-07.06., online
www.npo-academy.com

Vereinsrecht „kompakt“ für NPOs –
die rechtlichere Gestaltung des Vereinsalltags
06.06.-07.06., online
www.npo-academy.com

Das Moneyfestation Camp für Fördermittel
Newbies: in nur 2 Tagen durchstarten
06.06.-07.06., online
<https://subscribepage.io/fjza3r>

Seminar Stiftungsrat
06.06.-08.06., Bern
www.rochester-bern.ch

Erfolgreiches Projektcontrolling in Vereinen und
NPOs. Projektcontrolling kostet zwar Geld – aber
kein Projektcontrolling kostet noch viel mehr Geld!
06.06.-11.06., online
www.npo-academy.com

Fundraising TAGE

BERLIN-BRANDENBURG
13. SEPTEMBER 2024

INFORMATIONEN & ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

Recht verständlich – juristische Hilfe für Vereine
07.06., Erfurt
www.deutsche-stiftung-engagement-und-ehrenamt.de

Präsidium / Vorstandsführung
08.06.-22.06., Zürich
www.vitaminb.ch

Grundlagen des Gemeinnützigkeitsrechts
10.06., online
www.ehrenamt.de

SOCIAL MEDIA – WAS GEHT? Kultureinrichtungen
und ihr Engagement in den sozialen Netzwerken.
10.06., online
<https://pausanio.com>

Social-Media-Strategie für Fortgeschrittene
10.06., online
www.hausdesstiftens.org

Ihre Database als Fundraising-Instrument
10.06.-11.06., online
www.npo-academy.com

Zertifikatslehrgang: Agile Methodenkompetenz
10.06.-21.06., online
<https://pausanio.com>

Diplom-Lehrgang NPO-Management
10.06.-30.06., verschiedene Orte
www.vmi.ch

gutes-wissen.org

NPO-Campus: Weiterbildung für alle



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

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

www.gutes-wissen.org

Mit der Kompetenz vom
FUNDRAISING
magazin



Geschäftsmodelle entwickeln. Wer zahlt in Kunst und Kultur womit wofür?
11.06., online
<https://pausanio.com>

Social Media für Vereine und Verbände
11.06., online
<https://weiterbildungsforum-ehrenamt.de>

Lehrgang npoBasics - Grundlagen des NPO-Managements
11.06.-19.06., Wien und online
www.wu.ac.at

Fundraising TAGE 11

STUTTGART (FILDERSTADT)
27. JUNI 2024

INFORMATIONEN & ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

4. Virtueller Tag für das Stiftungsvermögen
12.06., online
<https://vtfd.de>

„Die NPO als Erbin und Vermächtnisnehmerin – was ist bei Erbschaft, Vermächtnis und Schenkung zu beachten?“, Teil 2
12.06., online
www.dige-ev.de/

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

Schreibwerkstatt für Fortgeschrittene: Spendenmailings verfassen
13.06., online
www.ibpro.de

Wirkungsvolle Kooperationen zwischen Non-Profits und Unternehmen
13.06., online
www.hausdesstiftens.org

#DSEEinformiert: Mittelabrufe, Mittelverwendung, Verwendungsnachweise
13.06., online
www.deutsche-stiftung-engagement-und-ehrenamt.de

Changemakers Camp
14.06., Wien
www.changemakers.camp

Alumni-Treffen Fundraising Akademie
14.06.-15.06., Freiburg im Breisgau
<https://fundraisingalumni.de>

Nachfolge im Vorstand planen & gestalten
15.06., Zürich
www.vitaminb.ch

NPO Communication Summit
17.06., Wien
www.fundraising.at

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

Kreativ-Workshop: mit originellen Spendenaktionen zu mehr Einnahmen
18.06., München
www.ibpro.de

#DSEEerklärt: Erfolgreiche Kampagnen mit wenig Ressourcen
18.06., online
www.deutsche-stiftung-engagement-und-ehrenamt.de

Ihr KI-Assistent: ChatGPT für Ihre Organisation
18.06., online
www.hausdesstiftens.org

Methoden und Tools für Online-Veranstaltungen
18.06., online
www.ibpro.de

Prävention und Intervention bei sexualisierter Gewalt und Machtmissbrauch. Betroffengerechte Fürsorgekonzepte
18.06.-21.06., Netzeband/Temnitzquell
www.fes.de

Online-IT-Kurs: Canva for Nonprofits
19.06., online
www.fundraising.at

UPJ-Jahrestagung 2024: Rethinking CSR? Verantwortlich handeln in unruhigen Zeiten.
19.06., Berlin
www.upj.de

#DSEEerklärt: Digitale Kommunikation sinnvoll nutzen
19.06., online
www.deutsche-stiftung-engagement-und-ehrenamt.de

Wie NPOs KI für ihre tägliche Arbeit nutzen können
19.06., online
www.hausdesstiftens.org

Canva für Non-Profits
19.06., online
www.hausdesstiftens.org

Arbeitsgemeinschaft der Unternehmensbeteiligungsstiftungen: In Bewegung – Chancen, Herausforderungen und Dynamiken des Wandels in Unternehmensbeteiligungsstiftungen meistern
19.06.-20.06., München
www.stiftungen.org

Wiener Ehrenamtswoche
19.06.-26.06., Wien
www.wienextra.at

Strategisches Freiwilligenmanagement: Freiwilligenarbeit strategisch planen, entwickeln und umsetzen
19.06.-28.11., Berlin und online
www.ehrenamt.de

Lehrgang in Berlin ab September 2024

Zertifizierte/r Philanthropie-Berater/in

ESV-Akademie.de/
Philanthropie

ZIELORIENTIERTES PROMPTING. Zeit sparen durch den Einsatz von generativer KI in der Kommunikation
20.06., online
<https://pausanio.com>

Finanzen im Verein (Baustein 4 - Vereinsführerschein)
20.06., online
www.ibpro.de

Campaigning & strategische Kommunikation
24.06.-27.06., Berlin
www.campaigningschool.de

Barcamps, Hackathons, Booksprints & Co.: partizipative und agile Veranstaltungen erfolgreich planen und durchführen
24.06., online
<https://pausanio.com>

MU TEC

Internationale Fachmesse für Museums- und Ausstellungstechnik

7. - 8. November 2024

Moderationstraining: Sitzungen moderieren, Ergebnisse visuell festhalten
24.06.-25.06., Berlin
www.ehrenamt.de

Exkursion: Sciencefundraising in der Schweiz
24.06.-26.06., Zürich, Basel, Bern, Lausanne
www.fundraising.at

KI-Kreativwerkstatt: Social Media neu definiert
25.06., online
www.hausdesstiftens.org

SOCIAL MEDIA ADVERTISEMENT. Mehr Besucher:innen begeistern!
26.06., online
<https://pausanio.com>

Cyber Security Basics: Grundlagen für eine nachhaltige Cybersicherheit
26.06., online
www.hausdesstiftens.org

SwissFundraisingDay 2024
26.06., Bern
<https://swissfundraising.org>

Seminar: Spender*innen-zentrierte Fundraising-Lösungen durch Design Thinking
27.06., Wien
www.fundraising.at

Fundraisingtag Stuttgart 2024
27.06., Filderstadt
www.fundraisingtage.de

Stiftungen, Erbschaften und Großspenden
29.06., Bad Nauheim
<https://fundraising.ekhn.de>

Fortbildung: Freiwilligenmanagement im Sport - Basismodul
29.06.-30.06., Alsfeld
www.deinehrenamt.de

JULI

Führen in Vereinen und sozialen Organisationen
01.07.-13.03.25, München
www.ibpro.de

„Auch Stiftungen können bitten – der erfolgreiche Start ins Fundraising“
02.07., online
www.mv-stiftungen.de

Politische Kommunikation in den sozialen Medien
03.07., online
www.hausdesstiftens.org

Organisationsberatung: Fokus Engagement
03.07.-02.10., Berlin
www.ehrenamt.de

Change & Chance. Wie gelingt uns der Wandel in den Organisationen?
04.07., online
<https://pausanio.com>

Forschungscollodium des Maecenata Instituts
05.07., Berlin
www.maecenata.eu

#DSEEinformiert: Mittelabrufe, Mittelverwendung, Verwendungsnachweise
08.07., online
www.deutsche-stiftung-engagement-und-ehrenamt.de

In wenigen Schritten zur stabilen Projektförderung
09.07., online
www.hausdesstiftens.org

Das digitale Publikum. Wer, wie, was...?
10.07., online
<https://pausanio.com>

Freiwilligenwerbung: So finden Sie passende Engagierte für Ihre Organisation
10.07., online
www.hausdesstiftens.org

DIGITALE BARRIEREFREIHEIT. Angebote im Netz für verschiedene Zielgruppen gestalten
11.07., online
<https://pausanio.com>

Geschick geldern – praktisch und lesbar
11.07., online
www.ibpro.de

Digitale Teilhabe und Inklusion dank digitaler Barrierefreiheit
24.07., online
<https://www.hausdesstiftens.org>

n|w Fachhochschule Nordwestschweiz

Berufsbegleitend Fundraising und Kommunikation für NPO studieren

www.fhnw.ch/weiterbildung

AUGUST

Tag der Verbände in Sachsen 2024
13.08., Dresden
<https://www.tag-der-verbaende.de>

Marketing gezielt nutzen – speziell für gemeinnützige Organisationen
16.08.-18.08., Ostheide bei Lüneburg
<https://www.bto-barendorf.de>

Tag der Verbände in Thüringen 2024
20.08., Erfurt
<https://www.tag-der-verbaende.de>

Vertiefungskurs Freiwilligenkoordination: Kommunikationstraining und kollegiale Beratung
26.08.-27.08., Berlin
<https://www.ehrenamt.de>

13. Basler Stiftungstag 2024
27.08., Basel
<https://www.stiftungsstadt-basel.ch>

Spendenbriefe schreiben, die wirken!
29.08., online
<https://sport-erlebnisse.de>

Noch mehr Termine finden Sie unter gutes-wissen.org

Gut für alle

Deutscher Fundraising-Kongress bietet „Fachtag Gemeinwohl-Ökonomie“

Es ist das wohl schlüssigste Konzept für eine Transformation der Wirtschaft und Gesellschaft in Richtung ökologischer Nachhaltigkeit und sozialer Gerechtigkeit. Über 1000 Unternehmen in Deutschland wirtschaften bereits nach dem Konzept der Gemeinwohlökonomie, aber nur wenige Non-Profits. Die Gemeinwohl-Bilanz beurteilt das wirtschaftliche Handeln in den Dimensionen Menschenwürde, Gerechtigkeit, ökologische Nachhaltigkeit und Transparenz. Um diesen Ansatz auch im NGO-Bereich bekannter zu machen, lädt der Deutsche Fundraising-Verband im Rahmen des diesjährigen Fundraising-Kongresses im Juni zum „Fachtag Gemeinwohl-Ökonomie“ nach Berlin. Anliegen der Veranstalter ist es, den Weg zu einer gemeinwohlbilanzierten Organisation aufzuzeigen und zu erörtern, wie das Fundraising davon profitiert. Die eröffnende Keynote hält Gerald Morgner, zertifizierter Gemeinwohl-Berater und Transformations-Manager.

1. Fachtag Gemeinwohl-Ökonomie am 3. Juni in Berlin

► www.fundraisingkongress.squarespace.com/fachtaggwoe

Zwischen Ethik und Erfolg

Der SwissFundraisingDay sucht in diesem Jahr nach „Orientierung in einer orientierungslosen Welt“ und befragt die Möglichkeiten für ein „Fundraising zwischen Ethik und Erfolg“. Und diese Diskussion hat es tatsächlich in sich, denn die ethische Komponente ist im Fundraising komplexer, als einem bewusst sein mag. Darauf wird Ian McQuillin vom Thinktank Rogare in seiner Keynote eingehen. Auch im Bereich des Einsatzes von Künstlicher Intelligenz gibt es nach wie vor einige Herausforderungen, was die Ethik anbelangt. Deshalb steht das Thema KI als wichtiger Punkt im Programm.

SwissFundraisingDay 2024 am 26. Juni in Bern

► swissfundraising.org/de/events/swissfundraisingday

Stiftungen für München

Wo überall in der bayrischen Landeshauptstadt Stiftung „drinsteckt“, kann man wieder im Juni erfahren. Dann stellen sich die Stiftungen der Stadt vor und zeigen den Besuchern, was ihre jeweilige Arbeit ausmacht. Der erste Veranstaltungstag ist für das Fachpublikum reserviert, an den darauffolgenden fünf Tagen gibt es Vorträge, Führungen, Workshops, Konzerte, Diskussionen und jede Menge weitere Events für das allgemeine Publikum zu erleben. Die Veranstaltungen finden dezentral in ganz München und Umgebung statt und sind überwiegend kostenfrei.

6. Münchner Stiftungsfrühling vom 4. bis 9. Juni

► www.muenchnerstiftungsfruehling.de

Campaigning School

Die Fundraising-Akademie startet Ende Juni mit dem zweiten Jahrgang der Campaigning School, in der das nötige Rüstzeug für die Entwicklung und erfolgreiche Umsetzung regionaler als auch internationaler Kampagnen vermittelt wird. In einer Mischung aus Intensiv-Seminaren vor Ort in Berlin und mehreren Webinaren können die Beteiligten bis Januar 2025 den Abschluss „Campaigner/-in & Kommunikationsstrategie/-in“ erwerben. Die Teilnehmendenzahl ist begrenzt, Studienleiterin ist auch dieses Mal Beate Haverkamp.

Start Fortbildung „Campaigning & strategische Kommunikation“ am 24. Juni in Berlin

► www.campaigning.school

zhaw School of Management and Law

EQUIS
seit 2023

AACSB
seit 2015

Möchten Sie Ihre Kompetenzen im Fundraising vertiefen?

Lernen Sie unsere berufsbegleitenden Studiengänge in Fundraising Management kennen:

- MAS/DAS Fundraising Management
- CAS Fundraising Operations
- CAS Fundraising Strategies
- CAS Fundraising Leadership
- CAS Fundraising Leadership
- WBK Basics in Fundraising Management
- WBK Empowerment im Stiftungsfundraising

Auch für Interessierte aus Deutschland.

Weitere Informationen online:

www.zhaw.ch/zkm/fundraising

Jetzt
informieren!



Rethinking CSR?

Verantwortlich handeln in unruhigen Zeiten – unter diesem Motto lädt das UPJ-Netzwerk zu seiner Jahrestagung nach Berlin und widmet sich dem Thema gleich in der eröffnenden Keynote. Weitere Themen sind nachhaltige Lieferketten, Unternehmensverantwortung für Demokratie und offene Gesellschaft sowie CSR-Aktivitäten auf Fluchtrouten und in den Herkunftsländern und die Zukunft des Corporate Citizenship. Am Vorabend findet für alle Teilnehmenden ein Empfang statt.

UPJ-Jahrestagung 2024

am 19. Juni in Berlin

► www.upj.de/jahrestagung2024

Kommunikation für NGOs

Changemakers Camp und NPO Communication Summit in Wien

Gleich zwei spannende Tagungen für NGOs gibt es im Juni in Wien zu erleben. In die Blumenfabrik lädt die Konferenz für Changemakers zu den Themen Kommunikation, Campaigning, Fundraising und Empowerment. Und wie bei einem Camp üblich, wird im Vorfeld kein Programm festgelegt, sondern die Teilnehmer entscheiden vor Ort selbst, was auf der Agenda stehen soll. In drei bis vier parallelen Breakout-Sessions werden die abgestimmten Themen dann gemeinsam bearbeitet.

Ebenfalls das Thema Kommunikation hat sich der NPO Communication Summit des Fundraising-Verband Austria auf die Fahnen geschrieben. Nach vier Jahren Pause heißt es dieses Mal: „Kommunikation 3.0: Zwischen Algorithmus und Empathie“. Absicht der Tagung ist es, nachzudenken über nachhaltige Kommunikation, ethische Aspekte von KI und wie wir trotz Technologie den menschlichen Touch in unserer Kommunikation nicht verlieren. Das „Speed Geeking“-Format bietet dazu kurze Sessions, in denen für lebendigen Austausch gesorgt werden wird.

Change Makers Camp am 14. Juni in Wien ► www.changemakers.camp

NPO Communication Summit am 17. Juni in Wien

► www.fundraising.at/akademie/npo-communication-summit

Akademie
Beratung
Wissen


Fundraising
Akademie

WERTE GESTALTEN. IDEEN FÖRDERN.

Fortbildung „Referent*in Fördermittelmanagement (FA)“

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

Berufsbegleitend, kompakt und praxisorientiert.

Nächster
Kurs startet im
Februar 2024.
Jetzt anmelden.

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

Entspannt tagen

Fundraisingtag Stuttgart in Filderstadt



Hand aufs Herz: Organisatoren von Tagungen beten heimlich dafür, dass am Tag der Veranstaltung möglichst schlechtes Wetter herrscht. Bei Regen bleiben nämlich alle hübsch beieinander und tauschen sich aus, statt sich im Grünen eine Ruhepause zu gönnen. So oder so: Der Bernhäuser Forst ist bei jedem Wetter eine wunderbare Tagungsstätte. Dort hält das Fundraising-Magazin wieder aktuelle NGO-Themen bereit: Großspenden, Influencer-Marketing, Storytelling, Unternehmenskooperationen via LinkedIn, Fördermittel, Nachlass-Fundraising und natürlich KI. Ein besonderes Schmankerl bietet Michael Harr (Pro Senectute, Schweiz). Er eröffnet die Tagung mit einer Keynote über das Metaverse. Seine Organisation ist dort nämlich bereits seit einer Weile unterwegs und bindet in die damit verbundenen Aktivitäten auch Senioren ein.

Fundraisingtag Stuttgart am 27. Juni in Filderstadt

► www.fundraisingtage.de

Handlungsräume

Das Verhältnis zwischen Zivilgesellschaft, Verwaltung und Politik muss immer wieder neu ausgerichtet werden, auch und erst recht in einer Demokratie. Wegen jener notwendigen ständigen Veränderungen lautet das Motto des diesjährigen Netzwerktreffens Bürgerbeteiligung: „Bürgerbeteiligung verändert sich. Neue Handlungsräume für Zivilgesellschaft, Verwaltung und Politik“. Im Rahmen der Veranstaltung wird auch der aktuelle Stand der Planungen für das „Netzwerk KlimaDemokratie“ vorgestellt werden.

Netzwerktreffen Bürgerbeteiligung 2024
am 7. Juni in Köln

► www.netzwerk-buergerbeteiligung.de

Database

Die NPO-Academy bietet Mitte Juni ein zweitägiges Online-Seminar an, in dem die Teilnehmer erfahren, wie sie mit modernem Database-Fundraising ihre Fundraisingeinnahmen erhöhen können. Der Daten-Spezialist Andreas Berg vermittelt dabei die Grundlagen und zeigt die Bedeutung der eigenen Datenbank auf, die auch zur Bestimmung und Segmentierung von Zielgruppen eingesetzt werden kann. Denn: Daten sollten nicht verwaltet, sondern genutzt werden, idealerweise auch für die Spenderbindung.

Ihre Data-Base als Fundraising-Instrument am
10. und 11. Juni online

► www.npo-academy.com



Kommunikation und Fundraising Management für Nonprofit-Organisationen (NPO)

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

Information und Anmeldung: marianne.bucca@fhnw.ch, Telefon +41 (0)62 957 22 26

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

Kurzgefasst ...

#vtfdsoos

Save the Date! Der Virtuelle Tag für das Stiftungsvermögen geht am 12. Juni in die nächste Runde. Die Veranstalter denken dabei gar nicht erst daran, kleine Brötchen zu backen: Katrin Tönshoff und Tobias Karow gestalten „Deutschlands erste und einzige TV-Show rund um Stiftungsvermögen“. Sie machen es sich wieder vor der Kamera auf der Couch bequem, die Zuschauer können das ebenso.

► vtfds.de

Originelle Spendenaktionen

Am 18. Juni verrät Tina Keeling in einem Kreativ-Workshop, wie sich mit originellen Spendenaktionen mehr Einnahmen generieren lassen. Dabei stellt sie auch Best-Practice-Beispiele vor und zeigt, mit welchen Methoden man die Kreativität entfesseln und auf die passende Idee für eine Spendenaktion kommen kann. Gemeinsam können die Teilnehmer Ideenansätze besprechen und weiterentwickeln.

► www.ipbro.de

Online-Intensivseminar Stiftungswesen

Für den 17. Juni lädt die Maecenata-Stiftung zu einem Online-Intensivseminar Stiftungswesen. Die Leitung übernimmt Dr. Rupert Graf Strachwitz, der das Thema hinsichtlich Geschichte, Recht, Empirie, Stiftungspolitik und Governance sowie Gestaltungsmöglichkeiten beleuchtet. Neben der Vermittlung von Kenntnissen und Erfahrungen geht es auch um die Klärung von speziellen Fragen der Teilnehmer.

► www.maecenata.eu

Fit für den Vorstand

Wer künftig eine Position im Vorstand einnehmen oder sich einem Stiftungsrat anschließen möchte, kann sich am 16. Juni in Bern dafür fit machen lassen. Das Intensiv-Seminar des Schweizer Kampagnenforums stellt Tools für die Entwicklung von Organisationsstrategien vor und gibt Tipps für das richtige Verhalten in Krisensituationen.

► www.kampagnenforum.ch

Mittelabruf und Mittelverwendung

Damit keine Organisation mehr Gefahr läuft, mit genehmigten Fördermitteln eventuell nicht korrekt umzugehen, bietet die Deutsche Stiftung für Engagement und Ehrenamt am 8. Juli das kostenfreie Online-Seminar „Mittelabrufe, Mittelverwendung und Verwendungsnachweise“ an. Die Teilnehmer lernen dabei die wichtigsten Stolperfallen der einzelnen Projektphasen kennen.

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

TAGUNGEN 2024

ZUR FINANZIERUNG GEMEINNÜTZIGER ARBEIT

Wissen, Inspiration, spannende Gespräche

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



Fachwissen aus der aktuellen Praxis

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



Kontakte knüpfen und vertiefen

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



Stuttgart

Donnerstag, 27. Juni

Berlin-Brandenburg

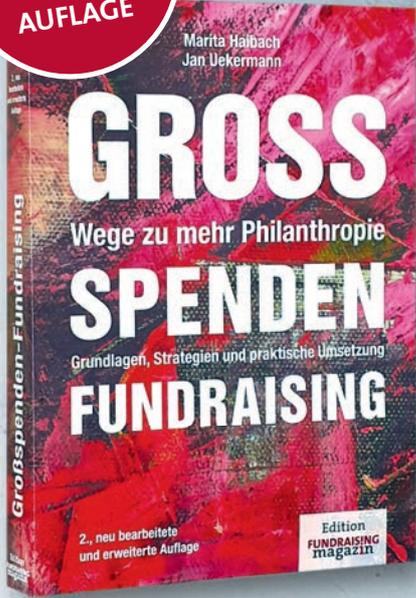
Freitag, 13. September

INFORMATIONEN UND ANMELDUNG

www.fundraisingtage.de

„Großspenden können Großes bewirken.“

**NEUE
AKTUALISIERTE
AUFLAGE**



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

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

„Hervorragender Praxisbezug durch Beispiele und eigene Erfahrungen der Autoren“

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

Zukunft



Träume kann man heutzutage (auch durch KI) ziemlich einfach sichtbar werden lassen. Das machen die „Zukunftsbilder“

dieses Buches, die dazu verlocken wollen, die Zukunft als greifbar und gestaltbar zu begreifen. Von Hamburg über Berlin bis München werden Panoramafotos aus dem Jetzt einer utopischen Zukunft im Jahr 2045 gegenübergestellt. Begleitet werden die Fotos von Texten, in denen meist in Interviews Ansätze für eine lebenswerte Stadtentwicklung skizziert werden. Damit wird deutlich, dass Entwicklung eine Aufgabe aller ist.

Stella Schaller, Lino Zeddies, Ute Scheub, Sebastian Vollmar. Zukunftsbilder 2045. Eine Reise in die Welt von morgen. Verlag oekom. 2023. 176 Seiten. ISBN: 978-3-96238-386-2. [D] 33,00 €, [A] 35,00 €, CHF 46,15.

Egoist



Es könnte noch schlimmer kommen. Das glaubt Patrick Kaczmarczyk, bietet aber konstruktive Alternativen. Mit der aktuellen Form des Kapitalismus ist auch er unzufrieden. Wirtschaft braucht mehr Verantwortung und mehr „wir“. Das verbindet der Autor mit einem Konzept individueller Freiheit, die das Ziel wirtschaftlichen Fortschritts sein sollte. Dafür entwirft er aber nicht grundsätzlich neue Ideen, sondern greift auch Bestehendes wie die katholische Soziallehre auf. Das Ergebnis ist der Entwurf für ein globales Wirtschaftssystem, das niemanden mehr ausbeutet.

Patrick Kaczmarczyk. Raus aus dem Ego-Kapitalismus. Für eine Wirtschaft im Dienste des Menschen. Verlag Westend. 2023. 208 Seiten. ISBN: 978-3-8648-9418-3. [D] 22,00 €, [A] 23,50 €, CHF 30,80.

Entfremdet?



Kein Thema wird dieses Jahr die Gemüter mehr bewegen als das Thema Ost und West. Da sind die Landtagswahlen im Osten Deutschlands, der Krieg in der Ukraine

und die Demokratiebewegung in Ost und West. Das Buch von Jessy Wellmer ist für mich als Dresdner, Jahrgang 1970, eine Offenbarung. Endlich hat es eine Autorin verstanden, die Unterschiede zu zeigen und (!) die Gemeinsamkeiten zu betonen. Die Autorin war 1990 neun Jahre alt. Ein unschuldiges Alter, und trotzdem stellt Wellmer in einem erfrischenden Stil fest, dass sie immer wieder in eine Identitätskrise schlittert. Als geborene „Ossi“ in einer Ehe mit einem „Wessi“ und in einem westdeutschen Umfeld, das nicht versteht, warum man zu „Kling Klang“ von Keimzeit tanzt.

Im Gegensatz zu anderen Büchern liefert Wellmer eine sehr einfühlsame Analyse, in der Menschen im bzw. aus dem Osten nicht geschont werden, die „Gegenseite“ aber auch nicht. Dabei schreckt sie auch vor soziologischen Studien nicht zurück, die sie wunderbar schlüssig in ihr Deutschlandbild zu integrieren weiß. Mit einem gehörigen Schuss Selbstironie und Unverkrampftheit seziert sie das Ost-West-Bild und hat mich mehrfach herzlich lachen lassen. Zum Schluss steht bei ihr der Aufruf, sich wieder mehr zu finden, Lebensleistungen anzuerkennen, Verständnis zu zeigen und sich besser kennenzulernen. Natürlich sagt sie auch wie, was dieses Buch ebenfalls deutlich abhebt. Dass aus Ost-West kein Konflikt wird, liegt nämlich an allen Deutschen.

Matthias Daberstiel

Jessy Wellmer. Die neue Entfremdung. Warum Ost- und Westdeutschland auseinanderdriften und was wir dagegen tun können. Verlag Kiepenheuer & Witsch. 2024. 256 Seiten. ISBN: 978-3-46200-531-8. [D] 24,00 €, [A] 25,50 €, CHF 33,55.

Abfall



Aus den Augen, aus dem Sinn – mit nichts geht das leichter als mit Müll. Egal, ob jemand eine Kippe auf die Zugleise wirft oder nach sorgfältiger Mülltrennung den Deckel der Tonne zuklappt. Damit endet im Kopf unsere Verantwortung. Aber eben nicht wirklich. Und so groß unsere Probleme damit heute sind, sind sie an sich natürlich nicht neu. Das vielleicht

krasseste Kapitel in der Menschheitsgeschichte in Sachen Müll war wohl in der Vergangenheit das die Hygiene betreffende: Hätte man Müll entfernt, statt ihn einfach rumliegen zu lassen, hätte die Cholera nicht einen solchen Siegeszug feiern können.

Roman Köster beleuchtet diese Geschichte und zeigt, welche Rolle Müll bei der Entwicklung von Städten gespielt hat. Wer das liest, sieht das Müllproblem in den Ozeanen mit ganz anderen Augen und versteht die Dringlichkeit, hier Lösungen zu finden, desto besser.

Roman Köster. Müll. Eine schmutzige Geschichte der Menschheit. Verlag C. H. Beck. 2023. 422 Seiten. ISBN: 978-3-40680-580-6. [D] 29,00 €, [A] 30,50 €, CHF 37,80.

Großzügig



Ein englisches Sprichwort sagt: „Sharing is caring.“ Der Sinn dessen erschließt sich un schwer. Auf wirtschaftliche Konzepte übertragen heißt das, im Sinn des Autors Fred Luks: Effizienzgetriebenheit ist kein zukunftsfähiger Ansatz. Stattdessen braucht es, wie er meint, „auch Opulenz, Maß und Kultur.“ Dabei bündelt er unter dem zentralen Begriff der Großzügigkeit eine differenzierte Sichtweise, die auch den Akt des Vergebens einbindet. Die Notwendigkeit einer gesellschaftlichen Transformation will er aber gerade nicht unter dem Verzicht auf Fortschritt einlösen. Luks will mit seinem Buch zeigen, dass das Leben nicht im Nützlichen aufgeht, sondern im Unzweckmäßigen und Ineffizienten. Seiner Ansicht nach liegt Großzügigkeit in der Mitte zwischen Geiz und Verschwendung. So gesehen sucht er also nach einer Ökonomie der Mitte für eine Zukunft, die entspannter wird, als es die Gegenwart ist.

Fred Luks. Ökonomie der Großzügigkeit. Wie Gesellschaften zukunftsfähig werden. Verlag transcript. 2023. 340 Seiten. ISBN: 978-3-83767-028-8. [D] 32,00 €, [A] 33,00 €, CHF 44,75.

Fred Luks. Ökonomie der Großzügigkeit. Wie Gesellschaften zukunftsfähig werden. Verlag transcript. 2023. 340 Seiten. ISBN: 978-3-83767-028-8. [D] 32,00 €, [A] 33,00 €, CHF 44,75.



Fachtag, Workshops, Vorträge, Führungen, Konzerte u. v. m.

www.muenchnerstiftungsfruehling.de

Unterstützt von:



Bayerisches Staatsministerium für
Familie, Arbeit und Soziales



BMW Foundation
Herbert Quandt



Giesecke+Devrient
Stiftung



Haus des Stiftens
Engagiert für Engagierte



Medienpartner:



Veranstalter: **münchner kultur** GmbH

Was Sie schon immer über Data-Driven- Fundraising

wissen wollten...



„Jedem (zukünftigen)
Fundraiser zu empfehlen“

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

„Eine gelungene Ver-
bindung von Empirie
und Erfahrungswissen“

„Schon jetzt ein Standardwerk!“

Jetzt versandkostenfrei bestellen:

shop.fundraising-magazin.de

oder im Buchhandel Ihres Vertrauens



Ein Produkt aus der Edition

FUNDRAISING
magazin

Fachlektüre, die Spaß macht.

Jeder zählt

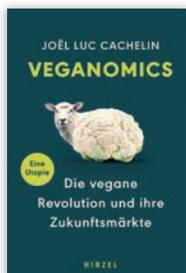


Jeannette Gusko ist im gemeinnützigen Sektor eine bekannte Person. Bereits seit mehreren Jahren tritt sie unter anderem für die Gleichwertigkeit einer ostdeutschen

Perspektive ein. Mit ihrem Buch versucht sie, das Potenzial derer zu betonen, die die Wendjahre und damit persönliche Brüche in ihrer (Erwerbs-)Biografie erlebt haben. Dabei nimmt sie auch Menschen mit Migrationshintergrund in den Blick, denn jene Menschen haben das erfahren, was wir brauchen: Transformation. Das schafft sie mit Authentizität, sodass dieses Buch jeden erreichen kann.

Jeannette Gusko. Aufbrechen. Warum wir jetzt Menschen brauchen, die große Umbrüche bewältigt haben. Verlag Atrium. 2023. 128 Seiten. ISBN: 978-3-85535-144-2. [D] 10,00 €, [A] 11,00 €, CHF 13,50.

Vegan



Was wäre, wenn? Joël Luc Cachelin entwirft in seinem Buch die Utopie einer komplett vegan lebenden Gesellschaft. Es geht also nicht nur um Ernäh-

rung, sondern auch um das Vermeiden der Nutzung tierischer Rohstoffe. Die daraus folgende Aufwertung pflanzlicher Rohstoffe würde selbstredend auch den globalen Markt umkrempeln. Diesen Ansatz muss man nicht mögen. Der Autor will niemandem sein Schnitzel verbieten. Aber genau deshalb ist es interessant, diesem Entwurf einer Welt ohne Tierleid und tierischer Ausbeutung zu folgen.

Joël Luc Cachelin. Veganomics. Die vegane Revolution und ihre Zukunftsmärkte. Verlag Hirzel. 2023. 220 Seiten. ISBN: 978-3-7763-312-1. [D] 28,00 €, [A] 29,50 €, CHF 39,20.

Bitten als Kunst



Dass Bitten eine Kunst ist, muss man unserem Berufsstand nicht erklären, denken bestimmt einige. Doch auch ich habe in unzähligen

Gesprächen die Vorbehalte gegen eine Bitte gegenüber Freunden oder sogar Bekannten kennengelernt. Sabine Heß ging es offenbar ähnlich. Sie hat über das Bitten, Netzwerken und Beziehungen knüpfen ein lesenswertes Buch geschrieben. Ausgangspunkt sind dabei ihre eigenen Erlebnisse als Angestellte, Unternehmerin und Fundraiserin. Das macht das Buch unterhaltsam und sorgt mit einigen Anekdoten für einen angenehmen Erinnerungseffekt. Gutes Storytelling eben.

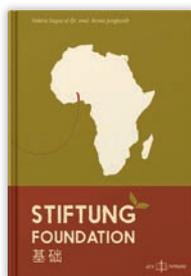
Das klar strukturierte Buch ist ein Ratgeber, um Menschen für die gute Sache einzunehmen. Hess versucht darin Ängste zu nehmen, Introvertierte für Offenheit und Mut zu begeistern und Extrovertierte zum Zuhören und Zugewandtheit. Es geht dabei auch um Methoden, die helfen, Menschen anzusprechen, Netzwerke zu erweitern und richtig um Unterstützung zu bitten.

Für mich ist es ein Motivationsbuch. Es geht darum, die eigene Komfortzone zu verlassen, in unbekannte Weiten vorzudringen und sich dort zu behaupten. Gerade ehrenamtlich, aber auch hauptamtlich Tätige in NPOs erlebe ich immer mit vielen Bedenken. Dieses Buch gibt eine sensible Handlungsanleitung, sein Verhalten zu hinterfragen und mehr die Chancen als die Hindernisse zu sehen. Die weibliche Sichtweise auf das Thema ist einfühlsam und sehr förderlich. Für ein erfolgreiches Fundraising definitiv eine uneingeschränkte Leseempfehlung.

Matthias Daberstiel

Sabine Heß. Die Kunst des Bittens. Murmann-Verlag. 2024. 200 Seiten. ISBN 978-8-6774-784-4. [D] 29,00 €, [A] 30,50 €, CHF 39,95.

Steiniger Weg



Das Problem ist allen im gemeinnützigen Sektor bekannt: Der gute Wille, die intrinsische Motivation, etwas in der Welt bewegen zu wollen, kann sich immens groß und stark anfühlen. Noch stärker aber ist die Bürokratie. Daran können selbst die besten Absichten durchaus scheitern. Dieser Herausforderung hat sich der Augenarzt Armin Junghardt gestellt und beschlossen, eine Stiftung zu gründen. Entstanden ist dieser Wunsch durch seine Erfahrungen in Togo, wo er immer wieder Einwohner des Landes durch einen operativen Eingriff vom Grauen Star befreien konnte. Sein Buch möchte er als „praktischen Leitfaden für kleine Stiftungen“ verstanden wissen. Er zeigt darin auf, wie komplex der Weg dahin ist, (in der Schweiz) eine Stiftung zu gründen, und will gerade mit dem Aufzeigen der erlebten Hürden Mut machen, selbst eine Stiftung zu gründen. Sein Fokus liegt dabei auf Stiftungen, die sich wie seine eigene in einem fremden Land engagieren.

Valeria Sogne, Dr. med. Armin Junghardt. *Stiftung Foundation*. Verlag ars remata. 2023. 244 Seiten. ISBN: 978-3-95258-640-2.
Das Buch ist für 46,90 Schweizer Franken direkt über den Verlag erhältlich.

Ungleich



Sich sozial abgehängt zu fühlen, ist eine Äußerung, die immer wieder hörbar wird. Wie ungleich ist unsere Gesellschaft tatsächlich? Mike Savage nimmt diese Frage ernst und beleuchtet aktuelle Ausprägungen von „Klasse“. In der gesellschaftlichen „Loslösung“ Reicher und Superreicher sieht er einen Schritt zurück in vergangene Gesellschaftsstrukturen. Deshalb nimmt er ehemalige imperiale und elitäre Ausprägungen in den Blick und macht deren heutige Konstellationen sichtbar. Er widmet sich den Aspekten Race und Gender und zeigt, welche Verantwortung dabei die Politik des 21. Jahrhunderts spielt. Der Soziologe geht in die Tiefen der Klassenanalyse und zeigt dabei deren nicht zu leugnende Relevanz für die aktuelle Zeit auf. Gleichzeitig geht er der Frage nach, aus welchem Grund soziale Ungleichheit eigentlich in den letzten Jahren derart stark an Interesse gewonnen hat.

Mike Savage. *Die Rückkehr der Ungleichheit. Sozialer Wandel und die Lasten der Vergangenheit*. Verlag Hamburger Edition. 2023. 500 Seiten. ISBN: 978-3-86854-377-3. [D] 45,00 €, [A] 47,50 €, CHF 62,95.



www.stiftungsapero.de

Wie macht ihr das eigentlich in Eurer Stiftung?

Der StiftungsApéro schafft als Essen & Trinken & Reden-Stiftungsnetzwerk Räume für Gespräche zwischen Stiftungsverantwortlichen und Stiftungsexperten, **jeweils ab 17 Uhr**.

Die **StiftungsApéro SommerTour 2024** macht in diesem Jahr Station in **Dresden** (20.8.2024), **Berlin** (21.8.), **Hamburg** (22.8.), **Frankfurt/Main** (27.8.), Köln (28.8.) und **Dortmund** (29.8.) und **Basel** (4.9., StiftungsApéro goes Swiss)

Zusammen



Ost oder West, Großstädte oder „Provinz“: Gesellschaftlicher Zusammenhalt muss überall geübt werden. Das Buch versammelt Reportagen aus Projekten aus ganz

Deutschland, die zeigen, welche Verbindungen wir herstellen können, wenn wir uns einbringen. Durch die „Expeditionen“ gelingt ein Blick von außen, der die Initiativen menschlich und nahbar darstellt und sich sehr nah an die Beteiligten heranwagt. Die Überzeugungskraft der Initiativen entsteht dabei dadurch, dass sie von Betroffenen vor Ort selbst mit Blick auf die Bedarfe entwickelt worden sind.

Verena Carl, Kai Unzicker. *Anders wird gut. Berichte aus der Zukunft des gesellschaftlichen Zusammenhalts.* Verlag Bertelsmann-Stiftung. 2023. 212 Seiten. ISBN: 978-3-86793-983-6. [D] 20,00 €, [A] 21,50 €, CHF 27,95.

Demokratisch gebildet



Welche Aufgabe hat Schule? Eine Antwort darauf findet dieses Buch. Laut den Autoren gilt es, im Schulsystem demokratische Bildung zu verankern, um Werte zu vermit-

teilen, aber auch, um das Gelingen von Bildung zu fördern. Die unterschiedliche Gewichtung einzelner Schulfächer ist demzufolge kein Ansatz, der nachhaltig demokratiefördernd ist. Der Fokus sollte vielmehr von einem mitunter fragwürdigen Lehrplan verschoben werden hin zu der Frage, wie man Kinder und Jugendliche auf dem Weg zu grundlegender Mündigkeit begleiten kann.

Julian Nida-Rümelin, Klaus Zierer. *Demokratie in die Köpfe. Warum sich unsere Zukunft in den Schulen entscheidet.* Verlag Hirzel. 2023. 200 Seiten. ISBN: 978-3-7763-372-5. [D] 26,00 €, [A] 27,50 €, CHF 36,40.

Arbeit macht glücklich?



„Generationenkonflikt“ ist ein Buzz-Word, und gleichzeitig rumpelt es rund um das Konzept New Work seit einigen Jahren in der Arbeitswelt kräftig. Beides hat miteinander zu tun. Das

will David Gutensohn mit seinem Buch verdeutlichen. Klar ist auf jeden Fall, dass sehr weite Bereiche der Arbeitswelt bislang konzeptionell nicht auf die Bedürfnisse des Menschen ausgerichtet waren und noch immer nicht sind, sondern auf Produktivität und Gewinn(maximierung). Das muss sich ändern.

Gutensohn schafft es bereits mit seinen Kapitelüberschriften, eine ganz klare Haltung zu skizzieren, die einen zukunftsorientierten Zugriff auf die Gestaltung von Arbeitsmodellen aufzeigt: „Wer weniger arbeiten will, ist nicht faul“ oder „Niemand sollte sich kaputtarbeiten“. Das zeigt bereits, dass der Autor im Prinzip gar nicht versucht, seine Leserschaft von irgendetwas zu überzeugen. Das liegt daran, dass er selbst von der Sache völlig überzeugt ist. Deshalb legt er in seinem Buch den Ton einer gewissen Selbstverständlichkeit an den Tag. Das darf er auch, schließlich gehört er mit Anfang 30 zu einer Generation, die eben nicht mehr die alten Muster bedienen will. In älteren Generationen könnte es wohl einige geben, die sich davon provozieren lassen. Die kommen aber auch nicht daran vorbei, dass Gutensohn die Fakten auf den Tisch legt. Und aus ihnen zieht er den Schluss, dass mehr Arbeit keine Lösung ist, sondern sich die Gestaltung der Arbeit verändern muss. Der Ruf nach Freizeit hat nichts mit Faulheit zu tun.

Rico Stehfest

David Gutensohn. *Generation Anspruch. Arbeit ist nicht alles – und das ist auch gut so.* Verlag oekom. 2024. 192 Seiten. ISBN: 978-3-98726-066-7. [D] 22,00 €, [A] 23,50 €, CHF 30,80.

Klima



So richtig kommt die Welt in Sachen Klimapolitik nicht in die Puschen, mag man meinen. Der Ansicht ist auf jeden Fall Marie-Luise Wolff. Sie warnt deshalb vor bislang kaum be-

wussten Ausmaßen der Klimaveränderung, hat aber einen Plan für eine rasche Senkung der CO₂-Emissionen. Dafür nimmt sie in erster Linie (neben der Politik) die Wirtschaft in die Verantwortung. Ohne Panikmache macht sie dabei ganz klar deutlich, dass wir uns vom „1,5 °C-Ziel“ ganz schnell verabschieden sollten, denn ihrer Meinung nach werden wir diese Marke auf jeden Fall global reißen.

Marie-Luise Wolff. *2,8 Grad. Endspiel für die Menschheit.* Verlag Westend. 2023. 176 Seiten. ISBN: 978-3-86489-362-9. [D] 20,00 €, [A] 21,50 €, CHF 27,95.

Geld für alle



Geld sollte nicht den Einzelnen glücklich machen, sondern alle. Denn Geld sollte nur Mittel zum Zweck sein. Davon ist Norbert Bernholt überzeugt. Deshalb sollte

zukünftig die Gesellschaft demokratisch entscheiden, wie viel davon geschöpft und wofür es ausgegeben werden soll. Das impliziert ein solidarischeres System. Dass das zumindest in Teilen utopisch ist, ist dem Autor bewusst. Genau jene theoretischen Anfälligkeiten denkt er mit und ist genau deshalb davon überzeugt, dass ein gemeinwohlorientiertes Finanzsystem funktionieren kann.

Norbert Bernholt. *Sozial-ökologischer Umbau. Wenn Geld dem Gemeinwohl dient.* Verlag BÜCHNER. 2023. 120 Seiten. ISBN: 978-3-96317-357-8. [D] 15,00 €, [A] 16,00 €, CHF 20,95.



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

Fragebogen: Wolfgang Happes



Der bekennende Württemberger Wolfgang Happes ist eigentlich Quereinsteiger im Fundraising. Zunächst absolvierte er eine Ausbildung zum Industriekaufmann und schloss das betriebswirtschaftliche Studium „Vertriebsorganisator“ an. Seine berufliche Laufbahn startete er daher erst einmal als Verkaufsleiter und Prokurist in der Konsumgüterindustrie in Deutschland und der Schweiz und war außerdem Zeitsoldat und später Reservist im Stabsdienst.

In den 1980er Jahren wechselte er dann als Redakteur zum internationalen Wirtschaftsmagazin „International Trade Magazin“ und schnupperte zu dieser Zeit zum ersten Mal Fundraising-Luft als ehrenamtlicher Pressesprecher und Vorsitzender einer Hilfsorganisation. Gleichzeitig wurde auch das Thema Bußgeld-Fundraising interessant, denn Wolfgang Happes begann, unter anderem Fundraising-Strategien für optimiertes Geldauflagenmarketing zu entwickeln. Dem Verlagswesen blieb er aber weiterhin treu, indem er nach der Wende als Berater und freier Mitarbeiter für mehrere Verlage in Deutschland, darunter in Ost-Berlin und in der Schweiz unterwegs war. Warum also nicht beide Welten verbinden?

Und so gründete Wolfgang Happes vor etwa drei Jahrzehnten bereits ein „Fundraising Magazin“ und war Verleger und Herausgeber

1. Was wollten Sie als Kind werden?

Nachdem ich nach der Kindergartenzeit erkannte, dass Pirat oder Ritter wenig Zukunftsperspektiven boten, erwachte mein Interesse an der „schreibenden Zunft“, was sich ansatzweise früh entwickelte und mir später eine Berufsperspektive bot.

2. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

„Spezialoperation“

3. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

Klimaschutz

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

Ich würde mir mehr Zeit für mein Privatleben einräumen. Das Familienleben hat damals sehr gelitten.

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

Meinem früheren Regimentskommandeur. Er war Vorgesetzter, Kamerad und Freund. Die Kameradschaft besteht auch 30 Jahre nach Regimentsauflösung immer noch.

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

„Haben Sie für die Zukunft vorgesorgt? Für eine Zukunft in Frieden?“

einer Fachbuchreihe zu Fundraising und Non-Profit-Management, unter anderem der Schriftenreihe der „Bundesarbeitsgemeinschaft Sozialmarketing“ (BSM), des späteren Fundraising-Verbands. 2008 stieg er schließlich komplett als Berater zum Thema Geldauflagen und als Dienstleister für Geldauflagen-Mailings sowie begleitende Marketing-Maßnahmen ein. Er richtete das Portal „bussgeld-fundraising.de“ mit innovativen Dienstleistungen, Adress-Selektionen inklusive Online-Shop und Marktdaten zum Thema Geldauflagen in Deutschland ein. Zu seinen Kunden zählen viele international tätige Organisationen, aber auch etliche regional strukturierte Spendenorganisationen. ▣

► www.bussgeld-fundraising.de

wartet nicht gerne

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

... ist ein SUV: Mein erstes Auto in der 1970er-Jahren war ein VW Käfer mit 34 PS. Dieser wog ungefähr 600 Kilogramm und beförderte bis zu fünf Personen. Heute fahren wir Autos, die über zweieinhalb Tonnen wiegen, um 80 Kilogramm Mensch von A nach B zu transportieren. (Ich selbst bin seit über 20 Jahren begeisterter Carsharer und seit zwei Jahren Elektro-Carsharer.)

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

Überlegen, welche Aufgaben ich als Nächstes anpacke.

9. Worüber können Sie lachen?

Über guten schwäbischen (aber auch rheinischen oder bayerischen) Humor und „Verstehen Sie Spaß?“.

10. Wann reißt Ihr Geduldsfaden?

Wenn ich im Restaurant, bei Behörden oder an der Telefon-Hotline länger als zehn Minuten warten muss.

11. Was war früher besser?

Die Hoffnung auf positive Zukunft wirkte länger.

12. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

Ich bin kürzlich vom Bodensee in den Schwarzwald gezogen. Eine weitere Wohlfühlregion brauche ich eigentlich nicht. Aber wenn zwingend notwendig: Tessin oder Bulgarien.

13. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?

Das, was heute über mich in Wikipedia steht: nichts!

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

... eine solidarische Notwendigkeit für alle, die persönliches ehrenamtliches Engagement nicht leisten können.

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.

Diesmal verlosen wir das Buch „Generation Anspruch“, das wir auf Seite 100



und gewinnen

vorstellen, sowie drei Exemplare des Bandes „Die Kunst des Bittens“ von Sabine Heß (siehe Rezension auf Seite 98), ein Buch, das in Ihrer Fundraising-Bibliothek nicht fehlen sollte! Also testen Sie Ihr Wissen, lesen Sie vielleicht noch einmal nach und finden Sie die richtige Lösung heraus. Viel Spaß!



Seite 20



Seite 28



Seite 52

1 Welche Generation galt bisher dafür, die spendenstärkste Altersgruppe zu werden, und steht daher oft im Fokus?

- BI) Generation Golf
- DI) Baby Boomer
- KI) Generation Z

2 Welche Kennzahl gibt an, wie viele Spendende aus dem Vorjahr im aktuellen Jahr nicht mehr gespendet haben?

- GET) Donor Lifetime Value
- GOT) Donor Retention Rate
- GIT) Churn Rate

3 Sehr beliebt und hoch geschätzt: Wie groß ist wohl die Gesamtzahl der Treuhandstiftungen in Deutschland?

- AL) 80 000
- EL) 90 000
- UL) 100 000

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. Juni 2024. Viel Glück!

BERUFSBEGLEITENDER LEHRGANG

Fördermittelmanager/-in für gemeinnützige Organisationen (FLA)

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



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



Ein Angebot von



> Start des siebten Jahrgangs:
1. Oktober 2024

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





Nachwuchs- Prozess-Optimierer Fabian F. Fröhlich spart richtig viel Zeit

In unserem Fundraising-Fragebogen auf Seite 102 gibt es eine Frage: „Was war früher besser?“ Meine Antwort wäre: Dass man nicht für jede kurze Absprache 'ne Video-Konferenz abgehalten hat. Ja, in einer längst vergangenen Zeit hatte man so Geräte, die nannten sich Telefone. Da hast du einfach eine Nummer eingegeben und auf so eine Taste gedrückt und plötzlich konntest du mit jemandem sprechen, den du gar nicht gesehen hast. So wie Sprachnachrichten, aber in Echtzeit. Ging fast immer schneller als eine ViKo heute.

Darum optimiere ich das jetzt. Denn das Kostbarste, was wir haben, ist schließlich Zeit – okay... Arbeitszeit ist, na klar, nicht ganz so kostbar. Ich habe zwei Bildschirme, einen Laptop und ein Smartphone. Also kann ich zeitgleich an vier Videokonferenzen teilnehmen. Das fällt niemandem auf, weil ich immer schön interessiert gucke und freundlich mit dem Kopf nicke. (Sie kennen das bestimmt aus den Fernsehnachrichten, wenn Auslandskorrespondenten interviewt werden: Solange der Redakteur im Studio seine Frage stellt, nickt der Korrespondent, damit alle wissen, dass die Verbindung intakt ist.) Wenn ein durchschnittlicher V-Call 30 Minuten dauert und ich in der Zeit vier schaffe, dann habe ich anderthalb Stunden eingespart. Am Ende des Tages summiert sich das!

Und es gibt noch so viele Möglichkeiten, Zeit zu sparen! Wenn ich zum Beispiel TikTok schaue (60-Sekunden-Videos) statt Netflix (44 Minuten pro Serienfolge), kommt da enorm was zusammen. Der Erkenntnisgewinn ist auch viel höher bei TikTok. Allerdings gebe ich zu, dass mich das hektisch macht. Ich soll mit Weed gegensteuern, empfahl mir ein Kollege. Aber seit unsere BtM-Beauftragte im Verlag gekündigt hat, bin ich unsicher, was die Dosierung betrifft. Ich kann es mir auch nicht leisten, damit meine Zeit zu verplempern!

Man darf ja neuerdings Solarmodule, zum Beispiel vom Balkon, einfach so an die Steckdose anschließen. Bei Sonne läuft der Stromzähler dann rückwärts. So müssen Sie sich das auch bei der Zeit-Einspeisung vorstellen. Die gesparten Minuten werden – bei tagesaktueller Abrechnung – um 24 Uhr gutgeschrieben. In meinem Fall mit 90 Minuten läuft die Uhr für mich rückwärts bis 23.15 Uhr und dann kostenlos wieder vorwärts. Denn um 23.30 Uhr gieße ich mir immer einen letzten Drink ein. Mit drei Gin-Tonic kann ich auch viel besser einschlafen!

Man könnte ebenso monatlich abrechnen oder im Quartal oder mehrere Schaltjahres-Tage dazwischen schieben. Zusatz-Brückentage sind auch eine schöne Option. Wer auf Nummer sicher gehen will, wählt das Ganzjahres-Abrechnungs-Modell, dann hat man länger Weihnachtsferien.

Wie auch immer Sie sich entscheiden – ich wünsche Ihnen eine gute Zeit!

FUNDRAISING magazin

Branchen-Magazin für Sozialmarketing
Spenden | Vereine | Stiftungen

ISSN 1867-0563 | 19. Jahrgang

Redaktionsschluss dieser Ausgabe vom 27.05.2024 war der 18.03.2024.

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 & S. 24/24: Westend61@Photocase (MANN MIT UMHANG), iuneWind@AdobeStock (CODE) | S. 4 & 24: Westend61@Photocase | S. 5: Gunnar Bernskoetter (KELLERHOFF) | S. 5 & 44: Sima Proding (WILLIAMS) | S. 6 & 21: René Grodde@atri.eu | S. 13: PrettyVectors@AdobeStock | S. 14: Carmen Jasmyrn Hoffmann | S. 20: Djomas@AdobeStock | S. 22: DenisProduction@AdobeStock | S. 26: MUNTHITA@AdobeStock | S. 36: Paul Glaser (STHEFFEST) | S. 38: malp@AdobeStock | S. 40: Sandra Oblak | S. 42: Angela Papenburg | S. 48: Rene Grodde/www.atri.eu (NITZSCHE), VIER PFOTEN | S. 50: bluedesign@AdobeStock | S. 52: Gajus@AdobeStock | S. 53: Sebastian Dorbrietz | S. 55: Stefan Baumgartner/rgbphoto.ch | S. 60: Sigi Müller/www.augenblick-fotografie.com (KOEHLER), Désirée Good (SCHNYDRIG MOSER), Malek Sayadi/Aktion Deutschland Hilft e.V. (RÜTHER) | S. 61: Ralph Allgaier/Misereor (FRICK) | S. 62: Anke Phoebe Peters (OSTERHAUS & THIEME), Dominik Buschardt/Hertie-Stiftung (SCHAVAN) | S. 63: Dora Csala/DFRV (KUX), Nela Pichl (BUYRAC), eveleen007@AdobeStock (AVATAR) | S. 76: Lisa Farkas | S. 78: VAKSMANV@AdobeStock | S. 80: Potema@AdobeStock | S. 82: ipuwadol@AdobeStock | S. 84: Song_about_summer@AdobeStock | S. 86: Parradee@AdobeStock | S. 88: Saowanee@AdobeStock | S. 104: Gabriele Rohde@AdobeStock (20), ag visuell@AdobeStock (28), Ryan McGuire@pixabay (52) | S. 106: oza@fotolia.com | alle anderen PR / Archiv / privat

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



In Zusammen-
arbeit mit der



Neu



hier?

Wir heißen Ihre Neuspender:innen
willkommen.

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

Neugierig?

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

fundango
Fundraising ist mehr



Dialogmarketing mit adfinitas - einfach geschickt!

Sie wünschen sich, dass Ihre Zielgruppe es kaum erwarten kann, das nächste Mailing zu öffnen? Dann wählen Sie adfinitas: Von der strategischen **Planung** über **Kreation** und **Produktion** bis zum **Versand** bekommen Sie bei uns alles aus einer Hand. Das ist einfach geschickt! Gemeinsam lassen wir Ihre Zielgruppe Fundraising neu erleben. Wir freuen uns auf Ihren Anruf.

adfinitas

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