

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



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.

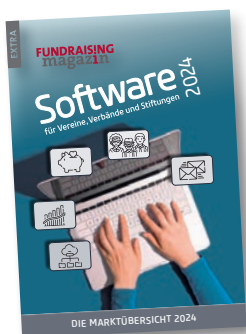
Bisher galt die Generation der Babyboomer als sichere Bank, wenn sie erst einmal ins Rentenalter eintreten. Viele Verantwortliche in Organisationen rechnen insgeheim mit diesen geburtenstarken Jahrgängen und gehen davon aus, dass die dann schon reichlich spenden werden. Warum dieses Abwarten gefährlich 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 SZUKA
0221. 759 19-44
steffi.szuka@
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.

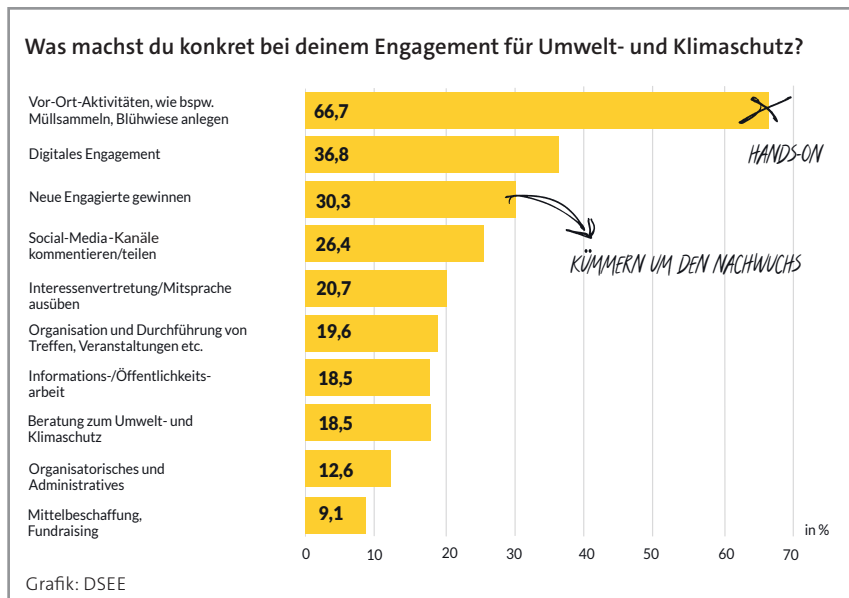
Wir freuen uns auf Sie!



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 Schulterklöpfen 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

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



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. □

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



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 Anschriftenbereinigung 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.

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.

exo targets
data network
www.exotargets.de

100 % Success

• mehr Spender erreichen

Rufnummern Σ 150Mio. Festnetz, mobil
E-Mails Σ 40Mio.
Spenderlisten Σ 60Mio. postalische Consumer
Merkmale Σ 60Mio. Alter u.v.m.

• Data Care

Erreichbarkeit optimieren
postalische Bereinigung
Anschriftenänderungen
-Umzüge

Kontakt: Frank Samuel
Mobil +49 (0)176 7359 6062
mail: fsamuel@exotargets.de

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. ■

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 Demokratiefeinden 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

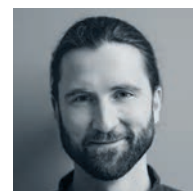
Stiftungen können in dieser Situation politische Gamechanger sein, indem sie sich mit entschlossenen Handlungen auf die Seite der Demokratie stellen. Es ist aktuell ja gar nicht nötig, Partei für eine bestimmte politische Strömung zu ergreifen. Es gilt schlicht, unsere Demokratie, unsere Verfassung und

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

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

FÖRDERLOTSE
AKADEMIE



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

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

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

In Kooperation mit



Ein Angebot von



> Start des siebten Jahrgangs:
1. Oktober 2024

Das Abo, das zu Ihnen passt: Fundraising-Magazin nach Wunsch



Ohne-Papier-Abo

39 €
Jahrespreis*

- ✓ komplettes Fundraising-Magazin als E-Paper direkt am Erst-Erscheinungstag zum Download oder Online-Lesen
- ✓ komfortabler Lesemodus
- ✓ Zugriff auf alle digitalen Ausgaben (Archiv)

Orga-Abo

Sie wollen, dass alle Mitglieder, Vorstände, Mitarbeitende oder Ehrenamtliche das Fundraising-Magazin erhalten?
Dann nutzen Sie das Organisations-Abonnement und bestellen eine größere Menge (möglich ab 10 Stück) zum stark ermäßigten Preis.

Alles-drin-Abo

59 €
Jahrespreis*

- ✓ Print-Magazin 6 x im Jahr per Post
- ✓ komplettes Fundraising-Magazin als E-Paper am Erst-Erscheinungstag
- ✓ komfortabler Lesemodus
- ✓ Print-Extra-Hefte „Fundraising-Software“ und „Spenden-Briefe & Newsletter“ per Post
- ✓ Zugriff auf alle digitalen Ausgaben (Archiv)

Vorab-Abo

79 €
Jahrespreis*

- ✓ eher Bescheid wissen ...
- ✓ Ausgewählte Heft-Inhalte schon 1 Woche vor dem Erst-Erscheinungstag als PDF per E-Mail:
 - Schwerpunkt-Thema
 - Köpfe und Karrieren
 - 100 Tage im neuen Job
 - Interviews
- ✓ dazu alles, was im Alles-drin-Abo enthalten ist

* Bruttopreise inkl. 7 % MwSt., gültig bei Lieferung innerhalb Deutschlands. Auslandspreise: Alles-drin-Abo = 89 €, Vorab-Abo = 109 €

FUNDRAISING
magazin



abo.fundraising-magazin.de