ISSN
1867-0563

Fundraiser
Ausgabe 1/2020

Fundraiser magazin

Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen

Angewandte WISSENSCHAFT im Fundraising

fundraiser-magazin.de
Aktuelle Themen, Texte und Termine ...
Jetzt neu mit Shop für Fachbücher und Co.

Aktuelle Praxis
Die Deutsche Post erhöht die Gebühren für Mailings drastisch. Das ändert sich für NGOs beim Briefversand.

Erfahrung weltweit
Brasilien macht sich auf, auch im Fundraising eines der bedeutenden Länder zu werden. Eindrücke vor Ort.

TOPPT ALLES.

DIE DATENBANKLÖSUNG

für alle Spendersegmente
für alle Kommunikationskanäle
für alle Spenderbeziehungen
für alle Spendenquellen

* IHRE VORTEILE

Geringe Kosten
Leichte Bedienbarkeit
Hohe Performance
Hohe Sicherheit
Hohe Automation
Dezentral nutzbar
Systemübergreifend

www.stehli.de

stehli software dataworks GmbH · Kaiserstr. 18 · 25524 Itzehoe · Niederlassung Köln: Hohenstaufenring 29-37 · 50674 Köln
Fon: [+49] 0 48 21/95 02-0 · Fax: [+49] 0 48 21/95 02-25 · info@stehli.de · www.stehli.de
Partner von *POSTADRESS* CLEAN *POSTADRESS* MOVE · Systempartner von klickTel

Liebe Leserin, lieber Leser,

auch wenn das neue Jahr schon ein paar Tage alt ist, das ganze Team des Fundraiser-Magazins wünscht Ihnen für 2020 das Allerbeste! Frieden und Gesundheit stehen ganz oben auf der Wunschliste. Und dass wir alle mit unserer Arbeit dazu beitragen, die Welt ein Stück besser zu machen, wie es immer so schön heißt.

Dafür haben wir uns wieder einiges vorgenommen: Sechs dicke Print-Ausgaben des Fundraiser-Magazins sind geplant, randvoll mit Wissenswertem rund um unsere Branche. Fachlektüre, die Spaß macht – diesem Credo fühlen wir uns verpflichtet und haben deshalb auch unser Web-Magazin verbessert. Unter *web.fundraiser-magazin.de* gelangen Sie direkt zu Best Practice, Inspiration und neuen Ideen.

Bevorzugen Sie das Gespräch von Mensch zu Mensch? Dann sind unsere Fundraisingtage das Richtige für Sie: In München, Gelsenkirchen, Stuttgart, Potsdam und Dresden laden wir wieder zu Vorträgen und Workshops für Ihre Fundraising-Weiterbildung und zu Vernetzung und Erfahrungsaustausch mit Gleichgesinnten ein. Den Auftakt im Februar macht unser internationales Fundraising-Symposium in Frankfurt am Main. Hier treffen sich Experten zum Thema Donor-Journey.

Für Einsteiger ins Fundraising ist unsere kostenlose Webinarwoche, die wir vom 30. März bis 2. April 2020 zusammen mit dem Haus des Stiftens veranstalten, optimal. Auf *www.fundraising-digital.org* finden Sie Informationen und können sich direkt anmelden. „Online-Spenden erhalten die Freundschaft", heißt es diesmal.

Was noch? Unsere Redaktion freut sich immer über Anregungen und Hinweise: Worüber sollen wir berichten, wen sollen wir vorstellen? Senden Sie uns gern Ihre Vorschläge per E-Mail an *redaktion@fundraiser-magazin.de* oder nutzen Sie die sozialen Netzwerke.

Eine interessante Lektüre wünscht Ihnen
im Namen aller Kolleginnen und Kollegen

Daniela Münster
Chefredakteurin

direct.
AGENTUR & LETTERSHOP

erfolgreiche
SPENDEN MAILINGS

Sprechen Sie mit den **Spezialisten:**

direct KÖLN
0221 /759 19-44
steffi.sczuka@directpunkt.de

direct MÜNSTER
0251 /287 387-63
vera.dittgen@directpunkt.de

direct HAMBURG
040 /237 860-0
service@directpunkt.de

www.directpunkt.de

Thema

Angewandte WISSENSCHAFT im Fundraising

Künstliche Intelligenz im Fundraising 22
Effizient kommunizieren, Ressourcen sinnvoll einsetzen

Kann man in die Zukunft schauen? 24
Mit Predictive Analytics Spenderverluste stoppen

Was macht Fundraising wirklich gut? 26
Wie Sie Erkenntnisse aus empirischen Studien für sich nutzen können

Unterschwellige Auslöser 28
Wie lässt sich Erfolg im Fundraising „anschubsen“?

Menschen

Cornelia Röper 14
... zeigt, was digitale Social Start-ups heute bedeuten und was sie bewirken können

Laura Brämswig 68
... hat die NGO „Expedition Grundeinkommen“ gegründet und erklärt, was diese Idee für die Gesellschaft bedeuten kann.

Werner Kerschbaum 94
... hat unseren Fundraiser-Fragebogen ausgefüllt und verrät Persönliches.

Projekte

Online-Shop trifft Bauernmarkt 40
Fairer einkaufen, besser essen: die Marktschwärmer

Spenden aus der Crowd 42
Die Rheumaliga Schweiz hat mit Crowddonating gute Erfahrung gemacht

On the road again 44
Das Projekt „Lenkpause für Körper und Seele“ hat Truckern eine Auszeit geboten

Stiftungen

Kleines Haus als große Hilfe 48
Mobile Holzhütten geben Obdachlosen eine Bleibe auf Zeit

Mit Kapitalkampagnen Zukunft schaffen 50
Großspenden-Fundraising für die Stiftung Louisenlund

Nachhaltigkeit als Chance 52
Unternehmenskooperationen: Die Heinz-Sielmann-Stiftung ist wirtschaftlich engagiert

Meinung

Persönliche Gedanken **12**
Dr. Stephanie Neumann: Respect Your Donor! Wie geht das auf Deutsch?

Kommentare aus der Redaktion
von Matthias Daberstiel (Seite 6), Rico Stehfest (Seite 38) und Ute Nitzsche (Seite 46)

Aktuell

Ärger über den Gelben Riesen **18**
Die Deutsche Post ändert ihre AGBs, und die NGOs bezahlen die Zeche

Possibilidades inimagináveis **30**
Ungeahnte Möglichkeiten: Der Fundraising-Alltag in Brasilien

Praxis & Erfahrung

Fundraiser können mehr **70**
Leadership Skills entwickeln in Bratislava

Es geht nicht immer nur um Dich! **72**
Wie man schnell Vertrauen gewinnt – mit Methoden des FBI

Mehr oder weniger **74**
Beeinflusst Matching das Spendenverhalten?

Ein Panorama aus Koalitionsmöglichkeiten **76**
Schnittstellenmanagement im Fundraising

Was motiviert Nichtspender? **78**
Deutsche spenden lieber Zeit als Geld

Das Bestellformular für Ihr
Magazin-Abonnement
finden Sie im Internet:
www.abo.fundraiser-magazin.de

Rubriken

Schöner scheitern **11**
Köpfe & Karrieren **54**
Branche **58**
Dienstleisterverzeichnis **60**
Abo-Coupon **67**
Fundraising-Kalender **80**
Bildung **84**
Fach- und Sachbücher **90**
Das Letzte **98**
Vorschau & Impressum **98**

Verlosung

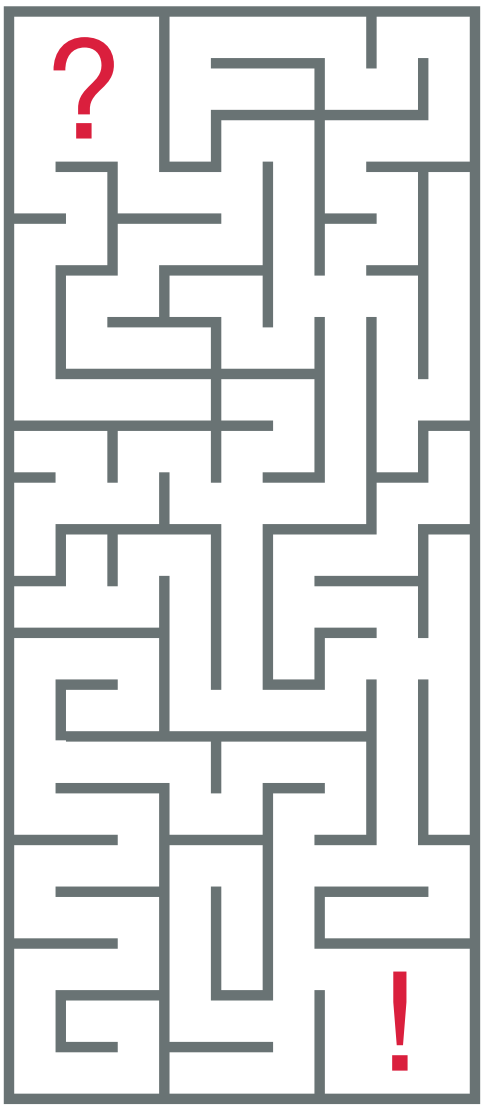
Testen Sie Ihr Wissen
Machen Sie mit und gewinnen Sie nützliche Dinge für den Fundraising-Alltag **96**

Autoren

... dieser Ausgabe:
Michael Beier, Prof. Dr. Bettina Burger-Menzel, Bianca Corcoran-Schliemann, Matthias Daberstiel, Raphael Epperson, Prof. Dr. Julia Glesner, Beate Haverkamp, Daniela Münster, Stephanie Neumann, Ute Nitzsche, Thomas Oppong, Reinhard Orense, M.A., Christian Osterhaus, Dr. Anna Punke-Dresen, Alexandra Ripken, Eva Rösch, Fanny Schiel, Udo Schnieders, Rico Stehfest, Phillip Stoll, Jan Uekermann, Jirka Wirth

vanacken
Druckerei & Verlag

Drucksachen sind für Sie ein Rätsel?



Wir haben die Lösung!

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

Zahlen & Fakten

Bei Nachhaltigkeit ist noch Luft nach oben

Grafik: Zurich Versicherung

Die Deutschen wären in einigen Lebensbereichen mehrheitlich bereit, künftig nachhaltiger zu leben. Aus Sicht von 75 Prozent der Befragten bestehen gute Chancen, dass der Kauf von sparsamen Elektrogeräten, insbesondere Smartphones, die Hersteller auch zu nachhaltigeren Angeboten bewegt. Jedoch sind nur 65 Prozent der Bürger bereit, ihr eigenes Verhalten zu ändern – und tatsächlich zu umweltfreundlicheren Produkten zu greifen. Dies sind Ergebnisse einer repräsentativen Studie im Auftrag der Zurich-Versicherung, für die 1000 Deutsche ab 18 Jahren sowie zusätzlich 500 Deutsche zwischen 18 und 35 Jahren befragt wurden.

▶ www.zurich.de

Und sonst noch …

Nackte Philanthropie

Das Ausmaß der katastrophalen Buschbrände in Australien lässt sich kaum beziffern. Trotzdem oder genau deshalb ist jede Hilfe wichtig. Eine junge Amerikanerin, die unter dem Namen Kaylen Ward firmiert, hat sich ganz etwas Besonderes ausgedacht. Auf Twitter hat sie verbreitet, dass sie jedem, der ihr nachweisen kann, mindestens zehn US-Dollar für die Bekämpfung der Brände in Australien gespendet zu haben, ein Nackfoto von sich schickt. Es darf als naturgemäß betrachtet werden, dass auf ihr Angebot großzügig eingegangen wird. Allerdings bezeichnen einige Medien die ehrenwerte Dame als Model. Das ist nicht ganz richtig, wobei ihr Aussehen durchaus von Relevanz für ihren beruflichen Erfolg ist (mehr als 190 000 Follower). Folglich sollte man nicht fehlgehen und vermuten, die Dame würde sich zum ersten Mal für die Kamera entkleiden. Sie weiß so ziemlich genau, wie das geht. Da bleibt nur noch eins zu sagen: „Power of the Pussy!“

▶ www.twitter.com/lilearthangelk

MEINE MEINUNG

„Gibt es bald den Super-Sale bei Ihnen?“

Ein Kommentar von MATTHIAS DABERSTIEL

Oft lese ich in Newslettern von NGOs aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Ende letzten Jahres häufte sich dabei länderübergreifend ein Argument: „Jetzt spenden und noch schnell Steuern sparen!“, hieß es da gleich im Betreff. Eine andere Organisation verbreitete zum 28.12.2019 gleich um 6 Uhr früh Panik: „Was Sie heute oder morgen spenden, können Sie von Ihren diesjährigen Steuern abziehen.“ Selbst in einer durchaus als links einzuschätzenden Tagezeitung fand ich in einer Anzeige der hauseigenen Stiftung den Claim „Gutes tun und Steuern sparen“.

Ich war perplex. Sind Steuersparmodelle jetzt etwas Tolles, das die Menschen dazu bringt, Verantwortung zu übernehmen und zu spenden? Oder ist Geiz einfach geil? Nun, Letzteres ist belegt. Wir sind alle Menschen und schauen auf unser hart erarbeitetes Geld. Doch passt die wertvolle Arbeit von NGOs in diese bekannte kommerzielle Werbe-Sparmasche? Diese NGOs warben ja bewusst mit dem Argument: Wenn Du spendest, sparst Du was!

Was kommt als Nächstes? Steht dann auf Websites: Menschen, die Projekt X unterstützten, spendeten auch für Projekt Y? Oder werbe ich beim nächsten Black-Friday mit zwei Impfdosen zum Preis von einer? Bekomme ich doppelte Payback-Punkte auf meine Spende? Gibt es bald Super-Spar-Wochen oder Super-Sale bei NGOs mit dem Slogan: „Alles muss raus, sonst kommt die Hilfe nicht an!“? Ach, das ist übertrieben, meinen Sie? Nein, es ist erst der Anfang!

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

Viele Fragen bei der Evaluation einer neuen CRM-Software?

creati</> SOFTWARE

WIR MACHEN KOMPLEXES EINFACH

Online Spenden?

Telefonfundraising?

Peer-to-Peer?

Spendenbescheinigung?

Legate?

Verbuchungs-Prozess?

Erbschaften/Legate?

Berechtigungen?

Fremdadressen?

Datenanalysen?

Anlassspenden?

Firmenkooperationen?

Datenmigration?

Kampagnen?

Newsletter?

Freiwillige?

Adressverwaltung?

Mitgliederverwaltung?

Projekt-organisation?

Customer Experience?

Donor Journey?

E-Mail Kampagne?

Corporate Giving?

Dokumentenverwaltung?

Buchhaltungsexport?

Patenverwaltung?

Schnittstellen?

Postretouren-Verarbeitung?

Face-To-Face?

Datenkonsistenz?

Testverfahren?

Marketing-Automation?

Selektionen?

Ziele?

Sponsoring?

Schulung?

BI / Dashboards?

Door-to-Door?

Stiftungen?

Events?

Dubletten?

Statistiken?

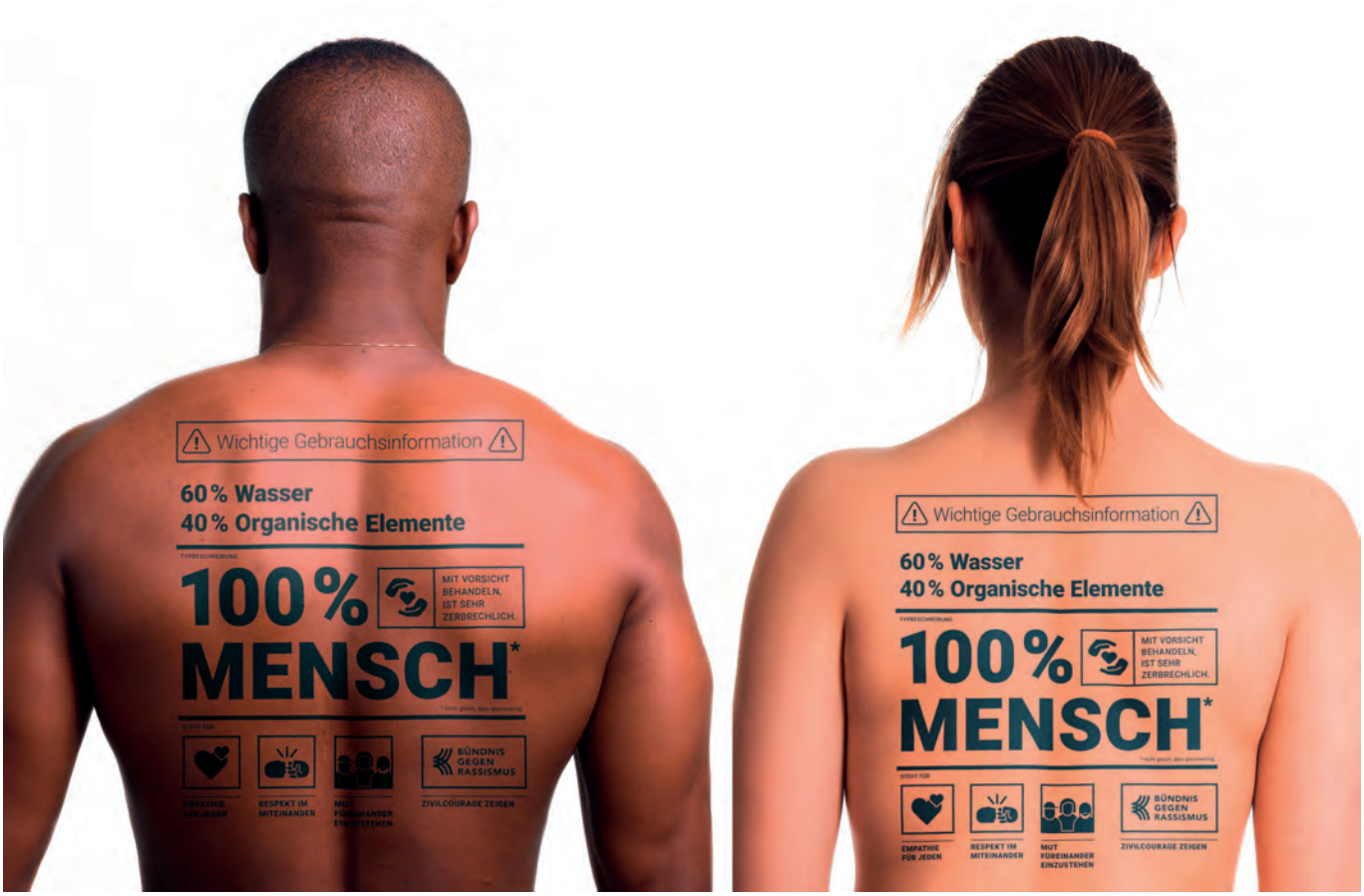
Dashboard?

Merkmale?

FIBU -Report?

Viele ANTWORTEN!

www.creativ.ch/fundraisingevents



100PROZENTMENSCH – Das Bündnis gegen Rassismus fordert mehr Menschlichkeit und hat dazu Mitte November eine neue Kampagne gestartet, die sich gegen Rassismus und Diskriminierung stellt und die Unantastbarkeit der Menschenwürde in den Mittelpunkt rückt. Deshalb setzt sich das Bündnis aus 40 Vereinen, Wohlfahrtsverbänden und Religionsgemeinschaften in Sachsen für Offenheit und Toleranz im Alltag ein. Wer die Kampagne unterstützen möchte, kann online T-Shirts, Plakate und Banner bestellen.

▶ www.buendnisgegenrassismus.de

Deutscher Freiwilligen-survey

Frauen engagieren sich seltener freiwillig als Männer – insbesondere im jungen Erwachsenenalter und im höheren Alter. So eins der Ergebnisse der vierten Befragungswelle des Deutschen Freiwilligensurveys. Zwischen Mädchen und Jungen im Alter von 14 bis 17 Jahren gibt es kaum Unterschiede. Während sich bei den 25- bis 34-Jährigen Männer anteilig häufiger für die gute Sache einsetzen als Frauen, ist die Engagement-Beteiligung im mittleren Lebensalter in etwa jeweils gleich hoch. Unter den Älteren engagieren sich Männer wieder häufiger freiwillig als Frauen.

▶ www.dza.de/forschung/fws

Social Media-Ranking Schweizer NGOs

Unter den Top drei NPOs in Bezug auf die Community-Größe auf Facebook, Instagram und Twitter sind wie auch 2018 im letzten Jahr WWF Schweiz, Greenpeace Switzerland und Terre des Hommes mit insgesamt jeweils über 100 000 Followern. Zu den Gewinnern in Bezug auf das Community-Wachstum im Vergleich zum Vorjahr zählen das Schweizerische Rote Kreuz (+44,8 %), Unicef Schweiz (+35,7 %) und Terre des Hommes (+28,5 %). Zu den Verlierern im Jahresvergleich 2018/2019 gehören Save the Children (–2 %), World Vision Schweiz (+1,8 %) und Swissaid (+2,9 %).

▶ www.campfire.ch

Spenden für Katastrophenhilfe stabil

Bis November 2019 unterstützten Spender den Zusammenschluss deutscher Hilfsorganisationen „Aktion Deutschland Hilft" mit insgesamt 27,8 Millionen Euro für Menschen in Not. Die Spendeneinnahmen waren damit neun Prozent höher als im Vorjahreszeitraum. Die Generation 70plus hat mit 46 Prozent zwar einen großen Anteil an den Gesamtspendeneinnahmen, die Altersgruppe zwischen 51 und 70 Jahren ist aber mit 43 Prozent ebenso stark engagiert. Die Durchschnittsspende für die Hilfsorganisationen lag mit 81 Euro knapp unter dem Vorjahr.

▶ www.aktion-deutschland-hilft.de

WOLLEN SIE 2020 WIRKLICH ETWAS BEWEGEN?

Ifunds wächst. Täglich helfen wir gemeinnützigen Organisationen, etwas zu bewegen. Wir tun dies mit ifunds engage365, der Microsoft Dynamics 365 - Lösung für gemeinnützige Organisationen und unseren Services. **Wollen Sie 2020 wirklich etwas bewegen?** Dann freuen wir uns, wenn Sie unser Team mit Ihrem Know-how und Ihrer Professionalität verstärken!

www.ifunds-germany.de **049 221 669952-0** **kontakt@ifunds-germany.de**

ifunds

Tierfreund und Visionär

Anfang Januar verstarb Heli Dungler, Gründer von „Vier Pfoten“ – ein Nachruf

Vor fast genau einem Jahr fragten wir Heli Dungler in unserem Fragebogen, was über ihn einmal im Lexikon stehen solle. „Heli Dungler, Tierschützer und Idealist, Gründer von ‚Vier Pfoten‘, einer der vier größten internationalen Tierschutzorganisationen weltweit. Mit Bärenschutzzentren und dem Großkatzenrefugium ‚Lionsrock‘ setzt ‚Vier Pfoten‘ neue Maßstäbe im Tierschutz“, so seine damalige Antwort. Zu jenem Zeitpunkt war er gerade vom „Fundraising Verband Austria“ als Fundraiser des Jahres ausgezeichnet worden. Da lag die Gründung von „Vier Pfoten“ bereits 35 Jahre zurück. Was in einer kleinen Gruppe von Studenten begann, sollte Heli Dungler mit unermüdlichem Tatendrang zu einer Tierschutzorganisation ausbauen, die mittlerweile in 15 Ländern aktiv ist. Die Anerkennung seiner Arbeit blieb nicht aus. So erhielt er 2008 das Silberne Ehrenzeichen für Verdienste um die Republik Österreich und 2013 das Goldene Verdienstzeichen des Landes Wien. Ihm und seinen Mitstreitern ist es unter anderem zu verdanken, dass Hühnereier aus Legebatterien weitestgehend aus den Sortimenten der Lebensmittelketten verschwunden sind. Auch die Schließung der letzten heimischen Pelztierfarm im Waldviertel war seine Errungenschaft. Heli Dungler ist am 5. Januar in Südafrika unerwartet verstorben. Er wurde 57 Jahre alt.

FUNDRAISING.DIGITAL

WEBINARWOCHE
FUNDRAISING.DIGITAL
Online-Spenden erhalten die Freundschaft
30. März bis 2. April 2020
8 kostenlose Webinare
JETZT ANMELDEN!

Projektträger Haus des Stiftens Engagiert für Engagierte
in Partnerschaft mit Fundraiser magazin
Förderer FUNDRAISINGBOX GRÜN GOB SOFTWARE & SYSTEME

ANMELDUNG: www.fundraising-digital.org

Schöner scheitern … mit Schreibfehlern

Aus Fehlern kann man lernen, dafür muss man sie nicht alle selber machen! Das Fundraiser-Magazin stellt in der Serie „Schöner scheitern" kleine und große Fehler von Fundraising-Aktionen vor.

Wer Kinder im schulpflichtigen Alter hat, kennt diese Diskussion: Warum muss ich denn Rechtschreibung lernen, es gibt doch Apps für so was … Nun, vielleicht auch weil Schreibfehler das Leben kompliziert machen können oder richtig peinlich sind. Wie in dem Fall der SPD Mülheim an der Ruhr, die anlässlich des Volkstrauertags 2019 am städtischen Denkmal einen Kranz niederlegte. Mit einer bedruckten Schleife, auf der zu lesen war: „Den Opfern von Krieg und Verschissmuss". Ein Foto davon ging schnell viral. Die Medien mutmaßten gar Sabotage. Inzwischen hat sich aufgeklärt, wie es zu dem Fauxpas kam: „Die Trauerschleife wurde telefonisch beauftragt", so die SPD in einer Presseerklärung. „Eine Mitarbeiterin der Gärtnerei notierte das Wort falsch und übermittelte es so an die Druckerei. Verschiedene Menschen hätten es sehen können, aber leider fiel es niemandem auf." Die Gärtnerin hielt den Medienrummel nicht mehr aus und kündigte ihre Stelle. „Dieses wiederum hat zur Folge, dass die Gärtnerei ihre Aufträge nicht mehr erfüllen kann und die gesamte Existenz gefährdet ist", heißt es in der Presseerklärung. Die SPD will sich nun für die Floristin einsetzen.

Schreibfehler führten im Sommer 2019 auch dazu, dass beim bekannten Musikfestival „Rock am Ring" Terroralarm ausgelöst wurde. Einem Bericht der „Rhein-Zeitung" zufolge waren Polizisten bei einer Verkehrskontrolle zwei Männer mit Armbändchen aufgefallen, die uneingeschränkten Zugang zum Festivalgelände hatten. Deren Namen hätten nicht zu den Personallisten gepasst, die der Veranstalter den Behörden zur Sicherheitsüberprüfung gegeben habe. Das rheinland-pfälzische Innenministerium bestätigte damals den Verdacht einer Verbindung zur hessischen Salafistenszene: „Die Lage war schon sehr ernst, denn wir konnten konkrete Tatvorbereitungen in Richtung eines Anschlages nicht ausschließen."

Wie man aus der fehlerbedingten Not eine Tugend machen kann, zeigt die Ludwig-Maximilians-Universität in München: An den Wänden der neu gebauten Fachbibliothek für Sprach- und Literaturwissenschaften sind Zitate zu lesen, darunter Ausschnitte von Homers „Odyssee" – natürlich auf Altgriechisch. Hier werden Akzente, sogenannte Hauchzeichen, auf den Buchstaben genutzt, um die Betonung auszudrücken. Und diese feinen Linien waren beim Beschriften verlorengegangen. Aus dem Pfusch am Bau machte die LMU kurzerhand eine Übung für ein Proseminar. Auch Studienanfänger der Gräzistik hätten oft Probleme mit dem korrekten Setzen der Hauchzeichen.

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

Was Sie schon immer über

Data-Driven Fundraising

wissen wollten …

Das neue Buch von

Andreas Berg

Jetzt bestellen:
shop.fundraiser-magazin.de
ISBN 978-3-9813794-2-6

39,90 €

ein Produkt vom
Fundraiser magazin
Fachlektüre, die Spaß macht.

Respect Your Donor! Wie geht das auf Deutsch?

Persönliche Gedanken von Stephanie Neumann

Ich bin immer wieder erstaunt, wie unangenehm vielen Mitarbeitern in NGOs das Thema Fundraising ist. „Frau Neumann, muss das alles sein mit diesen Mailings?", werde ich zum Beispiel gefragt. Einmal habe ich geantwortet: „Nein, die Organisation würde bestimmt an Schlagkraft gewinnen, wenn man sagen könnte: ‚Hier arbeiten alle ehrenamtlich.'" Seit diesem Gespräch hat mich der Kollege stets unterstützt. Vielleicht ist ihm klar geworden, dass über diese „ekelhafte Werbepost" sein Gehalt eingespielt wird.

Auch wenn ich in meinen Seminaren erkläre, dass Fundraising eine Investition ist, hören mir die Teilnehmer meistens geduldig zu und zeigen, dass sie die Logik verstehen. Trotzdem fällt die Übersetzung auf die eigene Organisation schwer. Zum Beispiel kommt es vor, dass ich nach fast zwei Tagen Seminar gefragt werde, wie der Aufbau von Fundraising ohne Budget funktioniert, denn die Organisation hätte kein Geld. Ein Blick in den Jahresbericht zeigt: Geld ist vorhanden, aber die Organisation setzt Prioritäten. Der Einstieg ins Fundraising scheitert nicht am Geld, sondern am Willen zu investieren.

Noch erstaunlicher finde ich es, wenn Fundraising als etwas ethisch und moralisch Verwerfliches verstanden wird, zum Beispiel: „Das ist ja Manipulation. Das widerspricht unseren ethischen Grundsätzen. Die Leute spenden doch auch so. Weil sie uns kennen. Weil wir wir sind." Ich versuche dann zu erklären, wie es dazu kam, dass eine Organisation eine bestimmte Markenbekanntheit hat und wie Fundraising und Kommunikation funktionieren: „Es ist wie an Weihnachten: Wenn Sie einen konkreten Wunsch haben und nicht genau sagen, was Sie wollen, dann bekommen Sie es nicht."

Nicht jede Organisation braucht Fundraising – selbst wenn sie sehr erfolgreich Spenden sammeln könnte. Aber wenn eine Organisation von Spenden lebt, dann ist es hilfreich, wenn alle Mitarbeiter eine offene, dialogbereite Haltung gegenüber den Spendern einnehmen. Das sind immerhin die Menschen, die der NGO ihr Geld anvertrauen. Ich habe mich daher auf die Suche gemacht nach Erklärungen für die Abwehr, die mir begegnet, wenn ich sage, dass aus meiner Sicht der Wille der Spender über allem steht.

Mein Eindruck ist, dass viele sich in ihrer Kompetenz bedroht fühlen. Sie befürchten, sie müssten fortan machen, was Fachfremde ihnen diktieren. So eine Vorstellung würde mir auch Angst einjagen. Hinzu kommt ein weiterer Faktor: Eine syrische Seminarteilnehmerin wies mich einmal darauf hin, wie anders in Deutschland der Umgang mit Geld sei: „Die reden hier einfach nicht darüber." Vielleicht verhindert auch die soziale Norm des Schweigens den respektvollen Umgang mit Spendern – eine kulturelle Übereinkunft begleitet von allerlei Fantasien, Wünschen, Ängsten und Urteilen.

Ich nehme mir deshalb vor, genauer zu erklären, was Zweckbindung bedeutet und wie Kommunikation mit Spendern funktionieren kann. Und ich nehme mir auch vor, mehr in den Blick zu nehmen, dass Geld neben Tod und Sexualität offenbar eines der Tabuthemen der deutschen Gesellschaft ist.

Dr. **Stephanie Neumann** wurde an der Humboldt-Universität zu Berlin im Fach Afrikawissenschaften promoviert. Viele Jahre hat sie beim BUND das Direktmarketing verantwortet. Heute baut sie in der Diakonie Deutschland das Fundraising auf. Sie ist Mitglied im Beirat des Deutschen Fundraising Verbandes.
▶ **www.diakonie.de**

Angela bekommt es nicht!

Wenn es keine Erben gibt, geht der Nachlass an den Staat. Viele Erblasser möchten dies vermeiden.

Unter dem Arbeitstitel „Erben und Vererben" trafen sich auf Einladung des Fundraising-Spezialisten marketwing Non-Profit-Organisationen zu einem eintägigen Impuls-Workshop. Am Ende waren sich alle einig: In Sachen Erbschaftsfundraising gibt es noch einiges zu tun!

Von ALEXANDER THUROW

„Zwischen 2010 und 2020 wurden in Deutschland 2,6 Billionen Euro vererbt. Das entspricht mehr als einem Viertel des Vermögens der privaten Haushalte", machte Notar Peter Baumgarte gleich zu Beginn des Workshops auf die Relevanz des Themas aufmerksam. Nicht selten tun sich potenzielle Erblasser allerdings schwer, den richtigen Adressaten für ihr Vermächtnis zu finden. Die Begriffe „Vermächtnis" und „Erbe" würden in diesem Zusammenhang gern in einen Topf geworfen. „Der Hauptunterschied zwischen einer Erbschaft und einem Vermächtnis besteht darin, dass ein Erbe alles bekommt. Der Erbe oder die Erbengemeinschaft erhält den gesamten Nachlass. Im Vermächtnis ist ein Gegenstand oder eine finanzielle Zuwendung klar benannt, der oder die einem Vermächtnisnehmer übertragen werden soll." Es komme relativ häufig vor, so Baumgarte, dass Mandanten in seiner Kanzlei aktiv nach Non-Profit-Organisationen fragen, die man im Testament mit gutem Gewissen bedenken könne. Spätestens an dieser Stelle endet die Beratungsleistung des Notars – und beginnt die von Erbschaftsfundraiserin Karla Friedemann von der „Agentur für Erben" aus München.

Praxis-Tipps: Richtig Erben und Vererben

„Haben Sie schon einmal darüber nachgedacht, Notare in Ihrem Umfeld nicht nur mit Informationen über Ihre Organisation zu versorgen, sondern zu versuchen, einen aktiven Beziehungsdialog aufzubauen?" Dazu gehöre laut Friedemann ein regelmäßiger Kontakt und ein „Dankeschön" nach erfolgreicher Beurkundung zum Vorteil der eigenen Organisation. Wie komme ich an potenzielle Erblasser? Wie nehme ich Kontakt auf und wie schaffe ich es, aktiv um Zuwendungen zu werben, ohne Grenzen des Anstands zu überschreiten? Karla Friedemann lieferte viele Ideen und berichtete über Erkenntnisse aus ihrer langjährigen

Jasmin Winkler (Geschäftsführerin Hilfsaktion Noma e.V.) und Rona Lönnecke-Busch von marketwing

Referentin Karla Friedemann, Agentur für Erben

Praxis-Tätigkeit als Erbschaftsfundraiserin beim WWF, den SOS Kinderdörfern und der Agentur für Erben.

Als besonders wertvoll empfanden die Workshop-Teilnehmer die praktischen Hinweise zur Abwicklung von Nachlässen. Der Gesetzgeber hat hier jede Menge Fallstricke eingebaut, darunter zum Beispiel die sogenannte „Sechs-Wochen-Frist". Wer nach Kenntnisnahme einer Testaments-Berücksichtigung nicht innerhalb dieser Frist reagiere, habe das Erbe automatisch angenommen. Wann ist ein Erbschein erforderlich? Wie ist die richtige Vorgehensweise, wenn eine Immobilie geerbt wird? Viel Wissenswertes für jeden Fundraiser, der mit Erbschaften und Vermächtnissen zu tun hat.

Legacy Fundraising: Ein Blick über die Grenze

Lore Maene von der marketwing-Partneragentur Direct Social Communications aus Brüssel/Belgien präsentierte mit ihrer „WILL's Legacy Journey" eine Multi-Channel-Strategie, die in den Benelux-Ländern bereits sehr erfolgreich in die Tat umgesetzt wird. Ziel ist es vor allem, Mittelzuflüsse über Erbschaften planbarer und stabiler zu machen – die wohl größte Herausforderung jedes Erbschaftsfundraisers. Im Mittelpunkt des Konzepts steht die kontinuierliche Identifizierung potenzieller Erblasser, Kontaktaufnahmen mit der richtigen Frequenz und unter Einsatz gut durchdachter Informationsmedien. Dafür haben die Erbschaftsfundraiser um Lore Maene ein System entwickelt, das immer wieder in ähnlicher Art und Weise Anwendung finden kann und so eine Kontinuität in das Erbschaftsfundraising bringt.

Wenn Sie mehr über erfolgreiches Erbschaftsfundraising erfahren oder bei der nächsten kostenlosen marketwing-Veranstaltung dabei sein möchten, nehmen Sie gern mit uns Kontakt auf!
▶ info@marketwing.de

Lore Maene präsentiert Strategien aus Benelux

„Man muss nicht mit dem

Cornelia Röper zeigt, was digitale Social Start-ups

ersten Schritt die Welt retten“

heute bedeuten und was sie bewirken können

Junges Engagement – Wie sieht das heute aus? Neue Möglichkeiten entstehen nicht. Man muss sie schaffen. Und man muss sie nutzen. In unserem Porträt verrät Cornelia Röper, dass es sich lohnt, an Ideen festzuhalten, und warum sie der Meinung ist, ihr Leben verliefe wie in dem Roman „Per Anhalter durch die Galaxis“. Damit wird eins klar: Die Zukunft kommt nicht erst. Sie ist schon da.

Von RICO STEHFEST

Sie ist Geschäftsführerin der „Mitunsleben GmbH“, Vorständin im Verband für Digitalisierung in der Sozialwirtschaft und CEO und Mitgründerin der Plattform „Wefugees“. 2017 nannte man sie „social innovator to watch“. 2018 erhielt sie als erste Deutsche aus den Händen von Bill Gates den „Global Goals Changemaker Award“ der „Bill und Melinda Gates Stiftung“. Und heute ist sie gerade mal 29 Jahre alt. Dabei hatte Cornelia Röper zu anfangs gar keinen richtigen Plan, in welche Richtung sie sich entwickeln wollte.

Mit dem Abi in der Tasche war ihr zunächst nur bewusst, dass sie immer wieder mit ihrem Vater Themen wie Gewinnmaximierung diskutiert hatte und sich wiederholt fragte, welche Konstellationen die Voraussetzung wären, damit ein Unternehmen nicht permanent wachsen müsse. Das führte sie schließlich zu der Entscheidung, an der Hochschule für Nachhaltige Entwicklung in Eberswalde Nachhaltiges Unternehmensmanagement zu studieren. Das schloss sie 2013 ab.

So richtig in Fahrt kam Cornelia Röper angesichts der spürbaren Flüchtlingswelle zwei Jahre später. Zwar war sie beruflich gut unterwegs, wollte aber mehr. In gewisser Weise, sagt sie, hatte ihre Mutter da einen Einfluss. Diese war immer sozial engagiert, half unter anderem einem autistischen Mädchen. Für Cornelia Röper war die Lage klar: „Ich habe damals, 2015, in einem Software-Unternehmen gearbeitet und war ganz gut eingespannt. Bis ich dann irgendwann die Leute vor dem Landesamt für Gesundheit und Soziales habe stehen sehen. Es war echt kalt. Und die Leute standen dort in Flipflops, wochenlang, um sich registrieren zu lassen. Da waren zwar Initiativen unterwegs, die Klamotten brachten und heiße Suppe verteilten. Ich wollte aber nicht nur das kleine Symptom bekämpfen. Schlange stehen ergibt doch keinen Sinn.“

Frage-Antwort-Plattform

Es dauerte nicht lange, bis ihr bewusst wurde, woran es mangelte: Informationen. Die Anzahl der Facebook-Gruppen für Geflüchtete war zwar in die Höhe geschnellt, was aber gleichzeitig Unübersichtlichkeit bedeutete. So wandte sie sich an ihren Arbeitgeber und formulierte eine klare Bitte: Entweder sie bekäme eine Auszeit oder sie würde während ihrer Arbeitszeit ein Projekt zur Unterstützung von Flüchtlingen entwickeln. Und schon im Oktober des gleichen Jahres gründete sie „Wefugees“, eine Frage-Antwort-Plattform für Neuankömmlinge in Deutschland. Jede Art von Frage kann dort gestellt werden, Warteschlangen gibt es hier nicht. Antworten werden nach bestem Wissen und Gewissen gegeben, kommen aber in der Regel nicht von Experten des jeweiligen Gebietes. Grundlage der Plattform waren zahlreiche Workshops und Diskussionen mit unterschiedlichen Machern, natürlich vor allem mit Geflüchteten. Dadurch konnte mit der Plattform ein Forum entwickelt werden, das den aktuellen Bedarfen tatsächlich gerecht wurde. Die Nachfrage explodierte irgendwann geradezu. Dieser Erfolg eben war es, der die „Bill und Melinda Gates Stiftung“ auf sie aufmerksam werden ließ. Deren Worten zufolge bildet die Plattform die weltgrößte Flüchtlings-Community.

Wissen offen weitergeben

Und heute, wo viel weniger Flüchtlinge kommen? „Ich hatte gedacht, dass die Seite vielleicht so ein, zwei Jahre relevant ist und dann nicht mehr. Die wächst aber heute noch täglich“, so Röper. Und weiterhin wird auch Arbeit darin investiert. Ganz aktuell wurde das Deutsche Rote Kreuz als Kooperationspartner gewonnen. Dessen Berater sind dann eben dort auf der Plattform aktiv und nicht nur in Foren oder Einrichtungen des DRK. Solche verifizierten Experten sind dann auf der Seite mit einem grünen Haken kenntlich gemacht. Da ist für Cornelia Röper ein Trend sichtbar: „Die Wohlfahrtsorganisationen verändern sich. Wissen wird nicht mehr hinter der vorgehaltenen Hand weitergegeben. Das beste Beispiel dafür … ▶

... ist Wikipedia. Da findet ein deutlicher Wandel statt." Natürlich zog der Erfolg auch diverse Anfragen aus dem Ausland nach sich. „Wir wollten das Ganze erst mal nachhaltig aufbauen und hatten deshalb den Fokus auf Deutschland gerichtet. Sollte sich ein Kooperationspartner finden, der das beispielsweise in Österreich oder so aufbauen möchte, dann geben wir das Wissen gern weiter", erklärt Röper. Gleichzeitig arbeitet diese Community ganz klar eigenständig. Das zeigt eine Anekdote, nach der eine Frage auf Farsi gestellt worden war. Noch bevor das Team der Plattform seinen Dolmetscher kontaktieren konnte, hatte jemand innerhalb der Community die Frage ins Englische übersetzt, um anderen die Möglichkeit zu geben, darauf zu antworten.

Vernetzung und Sichtbarkeit

Ist so eine Anerkennung, wie es der „Changemaker Award" ist, aber mehr wert als ein warmer Händedruck? Röper bejaht das in jedem Fall: „Mir hat die Auszeichnung vor allem Zugang zu Netzwerken und eine Sichtbarkeit ermöglicht. Ich war zum Beispiel letzten September in New York und habe dort erfahren können, welche Themen gerade so auf der Tagesordnung stehen. Besonders spannend fand ich dort das Thema „elderly care", Altern in Würde und Gesundheit. Da wurde deutlich, dass die Themen Pflege und Altenpflege auf der einen Seite und Altern und Gesundheit auf der anderen Seite eigentlich zusammengehören. Die Frage ist doch, wie man im Alter gesund bleiben kann."

Dass Cornelia Röper ausgerechnet bei diesem Thema aufmerksam geworden ist, kommt nicht von ungefähr. Mitte November 2018 wurde die „mitunsleben GmbH" gegründet, deren Geschäftsführerin sie ist. Nach offiziellen Angaben handelt es sich hierbei um das größte ökumenische Start-up Deutschlands, hinter dem 15 etablierte Gesellschafter aus der Pflege- und Sozialwirtschaft stehen. Im Oktober 2019 ist die GmbH mit einer KI-betriebenen Pflegeplattform online gegangen. Auf *mitpflegeleben.de* soll den Nutzern Hilfe und Orientierung durch den „Pflegedschungel" an die Hand gegeben werden.

Bill Gates, Cornelia Röper und Gerd Müssler (v.l.) beim „Global Goals Changemaker Award"

Konkret geht es um „passgenaue Vermittlung von Pflegeangeboten – kostenfrei und ohne Vermittlungsgebühren". Trotz der Rechtsform versteht sich die GmbH als „Social Business", wie Cornelia Röper erläutert: „Wir sind keine NGO, aber auch kein Unternehmen, das CSR betreibt. Dazwischen gibt es unheimlich viel. Da braucht es noch viel Aufklärungsarbeit. Wir hatten zwar den Aspekt der Gemeinnützigkeit erwogen, in Deutschland ist es dann aber eben nicht einfach, wirtschaftlich zu agieren. Man bekommt dann zum Beispiel keine Wirtschaftsförderung. So finde ich es aber legitim: Ich kann Steuern zahlen und trotzdem etwas Gutes tun. Unsere Partner sind aber alle gemeinnützig. Und von unseren Gewinnen kaufen wir uns keinen Porsche. Wir schütten die Gewinne auch nicht aus."

Röpers Worten zufolge läuft auch die neue Plattform gut. „Wir hatten tatsächlich gedacht, dass die Sozialbranche und der Wohlfahrtsbereich skeptischer gegenüber dem Digitalen sind. In einem Workshop zur Entwicklung der Plattform meinte ein Teilnehmer, er würde Digitalisierung um der Digitalisierung willen nicht mitmachen. Da freue sich nur der Vorstand. Wenn er aber dem Rentner zuhause helfen könne, dann sei er dabei. Das fand ich total stark."

Zur Entwicklung der Seite wurden rund 50 Berater aus dem sozialen Bereich eingeladen, damit diese erläutern, wie sie persönlich beraten. Um dann später einen Fragenkatalog entwickeln zu können, womit die Nutzer das für sie passende Angebot in der Pflege finden, galt es sozusagen, kognitive Entscheidungsprozesse in Technik zu übersetzen. Herausgekommen ist eine Art lernfähiger Entscheidungsbaum. Jetzt heißt es, aus der weiteren Entwicklung die entsprechenden Learnings zu filtern. Denn *mitbehinderungleben.de* steht bereits als nächstes Projekt an.

Per Anhalter durch die Galaxis

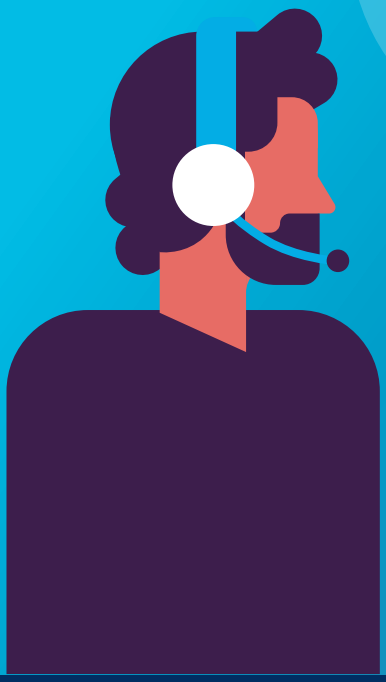
Es scheint also tatsächlich so, dass Cornelia Röper mittlerweile einen Plan für ihr Leben entwickelt hat. Sie selbst formuliert es so: „Der Fehler wäre, zu glauben, man müsse mit dem ersten Schritt die Welt retten. Man muss sehen, wohin das führt. Und man muss dranbleiben." Dieses Credo erklärt auch, warum sie der Meinung ist, der Roman „Per Anhalter durch die Galaxis" beschreibe ihr Leben am besten: „In dem Buch ist nichts, wie es scheint. Alles verändert sich. Es kann sein, dass es unseren Planeten morgen nicht mehr gibt. Trotzdem dürfen wir nicht die Nerven verlieren, sondern die richtigen Fragen stellen, damit die Antworten Sinn ergeben. Außerdem sollte man sich nicht davon deprimieren lassen, wenn etwas nicht mehr so ist, wie es mal war ... Nichts verlief in meinem Leben so, wie ich es mir mit 18 vorgestellt hatte, aber ich beschwere mich nicht. Wir können gerade ganz coole Sachen machen, von denen ich nicht gedacht hätte, dass man damit so viel bewegen kann." ◘

▶ www.wefugees.de
▶ www.mitpflegeleben.de

dialog4good

Die »Deutscher Spendenhilfsdienst Berlin GmbH« ist nun »dialog4good GmbH«

Wir verstehen Dialog



Fundraising-Kommunikation, die Bindung schafft.

UNSER ANGEBOT:

- In- & Outbound-Telefonie
- Spenderservice
- Chat-Service
- Beratung & Schulung

Illustrationen: shutterstock.com

Ihre Ansprechpartner:

Sebastian Maetzel · Manuela Ewert · Johannes Bausch

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

DDV MITGLIED IM:
Die treibende Kraft der Data Driven Economy

Ärger über den Gelben Riesen

Die Deutsche Post ändert ihre AGBs, und die NGOs bezahlen die Zeche

Spendenbriefe waren schon immer teuer, doch die aktuellen Preisänderungen und die neuen Bedingungen für Sendungsinhalte und Automationsfähigkeit bei der „Dialogpost" der Deutschen Post sorgen für großen Unmut bei einem der größten Briefversender in Deutschland: dem Dritten Sektor.

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Die Deutsche Post hat die Bedingungen und Preise für ihr Produkt „Dialogpost" zu Beginn des Jahres verändert. „Dialogpost" ist eine vergünstigte Sendungsart bei hohen Stückzahlen. Die größte Veränderung betrifft nun die Sendungsinhalte. Briefe ohne werblichen Anlass, also zum Beispiel Jahresberichte, Einladungen zu Mitgliederversammlungen oder Mitgliedsausweise, dürfen nicht mehr mit der günstigen „Dialogpost", sondern müssen mit der normalen Post versendet werden. Spendenaufrufe und Kundenmagazine dagegen können weiterhin zum günstigen Preis auf den Weg gebracht werden. „Der größte Teil unserer Aussendungen besteht aus Inhalten, die nach unserem derzeitigen Verständnis nach wie vor als ‚Dialogpost' verschickt werden können. Aber es gibt auch Aussendungen, die davon betroffen sind; es dürfte sich um circa 250 000 Briefe pro Jahr handeln", beschreibt Wolfgang Kehl, Leiter Fundraising bei „SOS-Kinderdörfer weltweit" die Konsequenzen. Das würde Mehrkosten von über 100 000 Euro bedeuten. Allerdings steigen auch die Preise der „Dialogpost".

Dialogpost wird teurer

Der bisher geltende Preis für den klassischen Spendenbrief DIN lang bei einem Gewicht von bis zu 20 Gramm erhöht sich von 28 auf 30 Cent. Auch die Mindesteinlieferungsmenge steigt von 4000 auf 5000 Stück. Das trifft vor allem kleinere Organisationen, die nicht so große Auflagen haben oder sich entschieden haben, eher kleinere Mengen zielgenau auszusenden. Sie müssen jetzt „draufzahlen", um die Mindesteinlieferungsmenge zu schaffen. Doch auch dieser sogenannte Mindermengenzuschlag steigt im Preis. Wolfgang Kehl kann darüber nur den Kopf schütteln: „Der Trend geht zu Mailings in kleineren Auflagen an genauer definierte Zielgruppen, um individueller zu kommunizieren. Die Regelung der Deutschen Post AG läuft diesem Trend zuwider, es wird also auszuwerten sein, bis zu welchem Grad eine individualisierte Spenderbetreuung auf dem Postweg wirtschaftlich vertretbar ist."

Keine Alternativen auf dem Markt

Die private Briefzusteller-Konkurrenz hatte diese Entwicklung durch Klagen seit 2012 forciert. Auch um dem Gelben Riesen Geschäftsanteile beim beliebten 20-Gramm-Brief abzujagen. Doch die Post-Konkurrenten sind für die meisten Organisationen keine Option. „Alternative Zusteller lohnen sich in der Regel erst ab einer Auflage im höheren bzw. oberen fünfstelligen Bereich und meist nur bei Formaten ab DIN C5. Hintergrund ist der erhöhte Aufwand seitens der NGOs im Bereich Handling und Steuerung des Auftrags. Die meisten privaten Zusteller decken bei der Verteilung ohnehin nur etwa 60 bis 70 Prozent der Fläche ab, sodass die Restgebiete wiederum über die Deutsche Post AG zugestellt werden müssen", erläutert Gregor Gauder, verantwortlich für Kreation und Fundraising bei „a+s DialogGroup GmbH" in Ditzingen. Der „Bundesverband Briefdienste", der die alternativen Zusteller vereinigt und die Neuregelung begrüßt, schätzt ein, dass die Umsätze auf dem Briefmarkt um „Hunderte von Millionen Euro" steigen und hofft auf lukrative Zusatzeinnahmen.

Höhere Preise, aber keine Qualität

Klas Brokmann, Geschäftsführer von „adfinitas", ärgert sich vor allem über die sinkende Qualität der Zustellung. „Wir sind mittlerweile im Schnitt bei vier Tagen Versandzeit bei der Dialogpost angekommen. Wir haben Spendenmailings, auf die tagelang keine Spenden eingehen, bis wir merken, dass dort

auch zehn Tage nach Versand kein Brief ausgeliefert wurde. Von der Post bekommen wir dann auf unsere Beschwerde jedes Mal nur ein identisches Formschreiben mit dem Hinweis, es hätte keine Auffälligkeiten gegeben." Offensichtlich dient die Preiserhöhung nur der Gewinnsteigerung und nicht der Qualitätsverbesserung, wie es die Bundesnetzagentur begründete, als sie die Erhöhung 2019 durchwinkte.

Keine Alternativen in Sicht

Auch Sonja Mund, Direktmarketing-Expertin bei der „Christoffel Blindenmission", macht sich Sorgen. „Die Entwicklung ist natürlich katastrophal. Das wird eine immense Kostensteigerung besonders bei Zuwendungsbestätigungen bedeuten." Bisher drückte die Post da nämlich ein Auge zu. Nun ist ein Versand per „Dialogpost" unmöglich geworden. „Wir würden uns endlich Ausnahmeregelungen für NGOs wünschen", so Mund. Dabei ist der NGO-Bereich wichtig für die Post. „Der Dritte Sektor ist nach der Finanz- und Versicherungsbranche und dem Tourismus der drittwichtigste Umsatzbringer im Briefgeschäft der Deutschen Post. Jährlich werden rund 150 Millionen Euro für Mailings ausgegeben", erklärt Larissa Probst, Geschäftsführerin des Deutschen Fundraising-Verbandes. Sie bündelt momentan die Beschwerden der Organisationen und will das Thema stärker in die Lobbyarbeit des Verbandes integrieren.

Für Sonja Mund gibt es aber keine Alternativen zum Briefversand: „Die alternativen Zusteller haben uns nicht überzeugt, doch wer bei den Spenderinnen und Spendern nicht präsent ist, wird schnell vergessen! Wir würden aber lieber Geld in Projekte anstatt in Portosteigerungen stecken." Wolfgang Kehl dagegen sieht noch eine andere Konsequenz:. „Wir sind, wie alle NGOs, bestrebt, unsere Spenderkommunikation immer mehr auf digitale Kanäle umzustellen. Das entspricht dem Kommunikationsverhalten einer immer größer werdenden Gruppe von Spenderinnen und Spendern, spart darüber hinaus Kosten und geht auch schneller. Die Regelung der Deutschen Post wird zusätzlich Druck dahingehend ausüben, digitale Kanäle in der Spenderkommunikation stärker zu nutzen." So kann sich momentan keiner als Gewinner der Portoerhöhung fühlen. Es wird alle Kraft und Geld kosten.

Änderungen der „Dialogpost" der Deutschen Post 2020

- Dialogpost 20-Gramm-Brief steigt von 28 auf 30 Cent pro Brief
- Mindestmenge steigt von 4000 auf 5000 Briefe deutschlandweit
- Mindermengenzuschlag steigt von 10 auf 15 Cent
- Das neue Dialogpost-Produkt „Postkarte" kostet 28 Cent im Versand.

Die Automationskriterien werden verschärft: Wenn die Automationskriterien für die Formate „Dialogpost Standard" und „Dialogpost Groß" nicht eingehalten werden, wird ein Produktionszuschlag in Höhe von 5 Cent pro Sendung erhoben. Das bedeutet, dass Briefe möglichst plan gepackt sein müssen. Incentives wie Samentütchen, Post-it-Blöcke oder auch Grußkarten kosten vermutlich extra, wenn sie für Wölbungen im Brief sorgen.

Weiterhin als Dialogpost zugelassen:

- Spendenbriefe
- Kundenmagazine

Nicht mehr zur Dialogpost zugelassen:

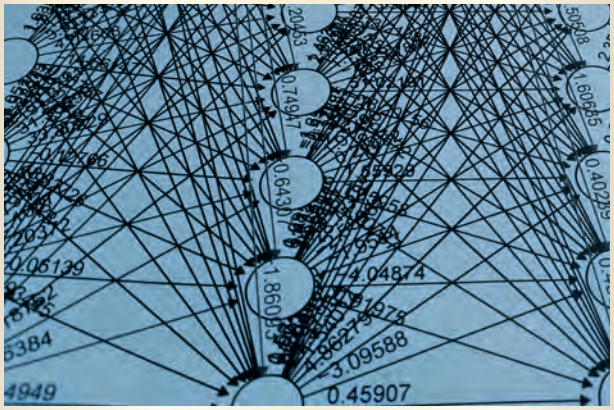
- Jahresberichte
- Einladungen zu Mitgliederversammlungen
- Mitgliederausweise
- Mitarbeiterzeitungen
- Zuwendungsbestätigungen
- Spenderumfragen

Spendenmailings mit Plan:
Alexandra Sievert-Heidemann
0521-557359-19

SIEVERTDRUCK&SERVICE
Sievert Druck und Service GmbH
Potsdamer Straße 220, D-33719 Bielefeld
www.druck-u-service.de

Angewandte WISSENSCHAFT im Fundraising

Kann man in die Zukunft schauen?



Keiner will Spender verlieren, jeder will sie halten. Wie nur binden wir die Spender und vermeiden ihren Absprung? International Justice Mission hat erste präzisere Antworten: So lassen sich mit Predictive Analytics Spenderverluste stoppen. Seite 22

Künstliche Intelligenz im Fundraising

Effizient kommunizieren, Ressourcen sinnvoll einsetzen: eine Auswahl der in einer Abschlussarbeit im Masterstudiengang Non-Profit-Management und Public Governance erarbeiteten Anwendungsmöglichkeiten der KI im Fundraising. Seite 24

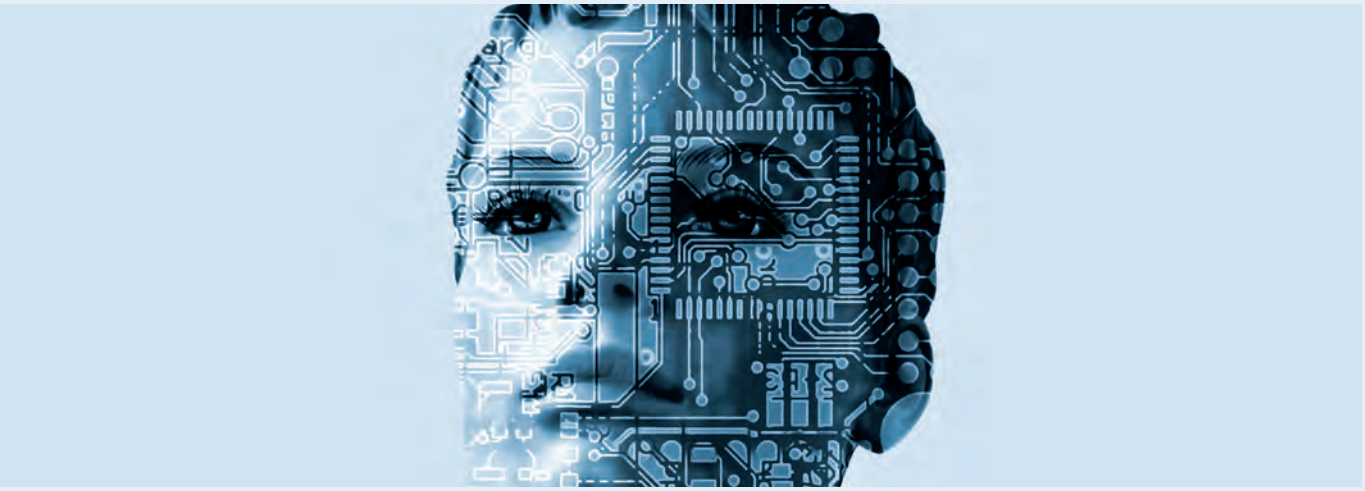
Was macht Fundraising wirklich gut?

Haben Sie sich auch schon gefragt, ob die Art und Weise, wie Sie Fundraising betreiben, wirklich gut ist? Ob Sie das Richtige tun? Ob Sie es richtig tun? Erkenntnisse aus empirischen Studien können helfen, Ziele zu erreichen – oder den Mitteleinsatz zu verbessern. Seite 26

Unterschwellige Auslöser

Der Blick über den Tellerrand in andere Wissenschaften kann spannend und hilfreich sein – so beispielsweise in die Verhaltensökonomik mit dem Thema Nudging: Wie lässt sich Erfolg im Fundraising „anschubsen“?

Seite 28



Künstliche Intelligenz im Fundraising

Effizient kommunizieren, Ressourcen sinnvoll einsetzen

Auch wenn es grundsätzlich getan werden muss, sollen hier nicht die ethischen Aspekte des Einsatzes künstlicher Intelligenz im Fundraising diskutiert werden. Dieser Artikel soll lediglich eine Auswahl der in meiner Abschlussarbeit im Masterstudiengang Non-Profit-Management und Public Governance erarbeiteten Anwendungsmöglichkeiten künstlicher Intelligenz im Fundraising aufzeigen.

Von PHILLIP STOLL

Für die Arbeit wurden sechs Experteninterviews mit Personen aus den Bereichen Künstliche Intelligenz (KI), Datenverarbeitung und Fundraising geführt, die anschließend qualitativ ausgewertet wurden. Die Experten waren sich einig, dass vor allem die Bereiche Planung/Analyse und Kommunikation sehr vielversprechend für den Einsatz von KI seien. In der Zielgruppensegmentierung kann KI beispielsweise eingesetzt werden, um Fundraiser zu unterstützen und Maßnahmen effizient zu gestalten, denn das Treffen von Vorhersagen anhand bestehender Daten, sogenannte prädiktive Analysen, ist genau eine der Stärken aktueller KI-Systeme.

Hierbei werden mittels Analysen, Statistiken und Machine-Learning-Techniken aus bestehenden Daten Zukunftsvorhersagen getroffen. Vorhersagemodelle versuchen dabei die Beziehung zwischen einer abhängigen und einer unabhängigen Variablen zu beschreiben. Die abhängige Variable, die Antwortvariable, könnte im Fall von NPOs zum Beispiel die Spendenwahrscheinlichkeit sein. Die unabhängige Variable (z.B. Profil- oder demografische Daten der Spender), der Prädiktor, wird dazu genutzt, um die Vorhersage zu treffen.

Mögliche Wettbewerbsvorteile

Die Daten werden verwendet, um die Beziehung zwischen den Variablen zu verstehen, also ein Muster darin zu erkennen, welche Prädiktorvariable oder Kombination von Prädiktorvariablen zur Antwortvariable führt. Durch den Einsatz von prädiktiven Analysen lassen sich Erkenntnisse über Zielgruppen gewinnen, die für die effiziente Ansprache von Förderern und Interessenten genutzt werden können. In Anbetracht des stetig steigenden Wettbewerbsdrucks auf dem Spendenmarkt kann der Einsatz von prädiktiven Analysen entscheidende Wettbewerbsvorteile mit sich bringen. Die größte Herausforderung in diesem Bereich ist die Verfügbarkeit von Daten, die zwingend benötigt werden, um den Algorithmus hinter den Analysen trainieren zu können. Hinsichtlich der Erhebung und Speicherung von Daten tauchen einerseits ethische Fragen auf, die jede Organisation für sich selbst beantworten muss. Auf der anderen Seite ist es unerlässlich, datenschutzkonform zu arbeiten und die Sicherheit und Hoheit über die Daten gewährleisten zu können.

Einsatz von Chatbots

Eine weitere vielversprechende Anwendungsmöglichkeit für Techniken Künstlicher Intelligenz lässt sich im Bereich des Spender- oder Supporter-Services finden. Die Mehrheit der an eine Organisation gerichteten Anfragen von Bestands- oder potenziellen Förderern lässt sich als sogenannte Standardanfragen beschreiben (Namens- und Adressänderungen, Informationsgesuche, Kündigungen). Genau an dieser Stelle könnten Chatbots eingesetzt werden. Das sind Online-Dialogsysteme, mit denen der Nutzer via Text- oder Spracheingabe kommuniziert und durch die Anfragen in Form von Text- oder

Sprachausgabe automatisiert beantwortet werden können. Hierzu bedarf es nicht zwangsläufig KI, doch der Einsatz intelligenter Systeme bringt folgende Vorteile mit sich: Durch Deep-Learning-Techniken können sich Bots selbst verbessern und anfängliche Verständnisschwierigkeiten durch permanentes Training und Analyse des User-Feedbacks ausräumen. Ein selbstlernender Bot wird somit „intelligenter", kann Kontexte verstehen und liefert relevantere Antworten, je länger er im Einsatz ist.

Personalkosten verlagern

Der Einsatz von Chatbots oder digitalen Assistenten im Supporter-Service bringt zwei signifikante Vorteile mit sich. Einerseits sind Chatbots permanent erreichbar und nicht an Geschäftszeiten gebunden, sodass Anfragen zu jeder Tages- und Nachtzeit schnell bearbeitet werden können und den Nutzern ihre gewünschten Informationen stetig zur Verfügung stehen. Wird andererseits die ökonomische Perspektive betrachtet, lassen sich hier erhebliche Personalkosten anderweitig sinnvoller einsetzen. Bei dem Einsatz von Bots gilt es allerdings, einige Dinge zu beachten. Einerseits sollte den Nutzern, die mit dem System agieren, transparent gemacht werden, dass sie mit einem Bot kommunizieren.

Mündigkeit der Nutzer

Im gleichen Schritt sollte den Nutzern auch deutlich gemacht werden, was der Bot im Stande zu leisten ist und was nicht, um auch hinsichtlich der Funktionsweise etwaigen Enttäuschungen vorzubeugen. Stößt der Bot im Dialog an seine Grenzen, sollte dem Nutzer immer die Option geboten werden, auf menschlichen Kontakt umzustellen. Wichtig ist es, die Mündigkeit der Nutzer zu wahren. Es sollte ihnen von vornherein die Wahl gelassen werden, ob sie mit einem Bot kommunizieren möchten oder mit einem Menschen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass es verschiedene Möglichkeiten gibt, Künstliche Intelligenz im Fundraising einzusetzen, um Mitarbeiter zu entlasten und eine weitere Professionalisierung des Fundraisings voranzutreiben, wodurch dem stetig wachsenden Druck auf dem Spendermarkt durch Effizienz und Effektivität entgegengewirkt werden kann.

Phillip Stoll hat mit seiner Arbeit „Künstliche Intelligenz in NPOs – Chancen und Risiken für das Fundraising" den Master of Arts in Non-Profit-Management und Public Governance an der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin erlangt. Er ist Fachreferent Kreditoren bei Amnesty International Deutschland e.V.
▶ **www.amnesty.de**

- Dankes- und Begrüßungsanrufe
- Lead-Telefonie
- Dauerspendergewinnung
- Upgrading
- Reaktivierung
- Nachlass-Telefonie
- Chat (Service und Spendengenerierung)
- Info- und Servicehotline

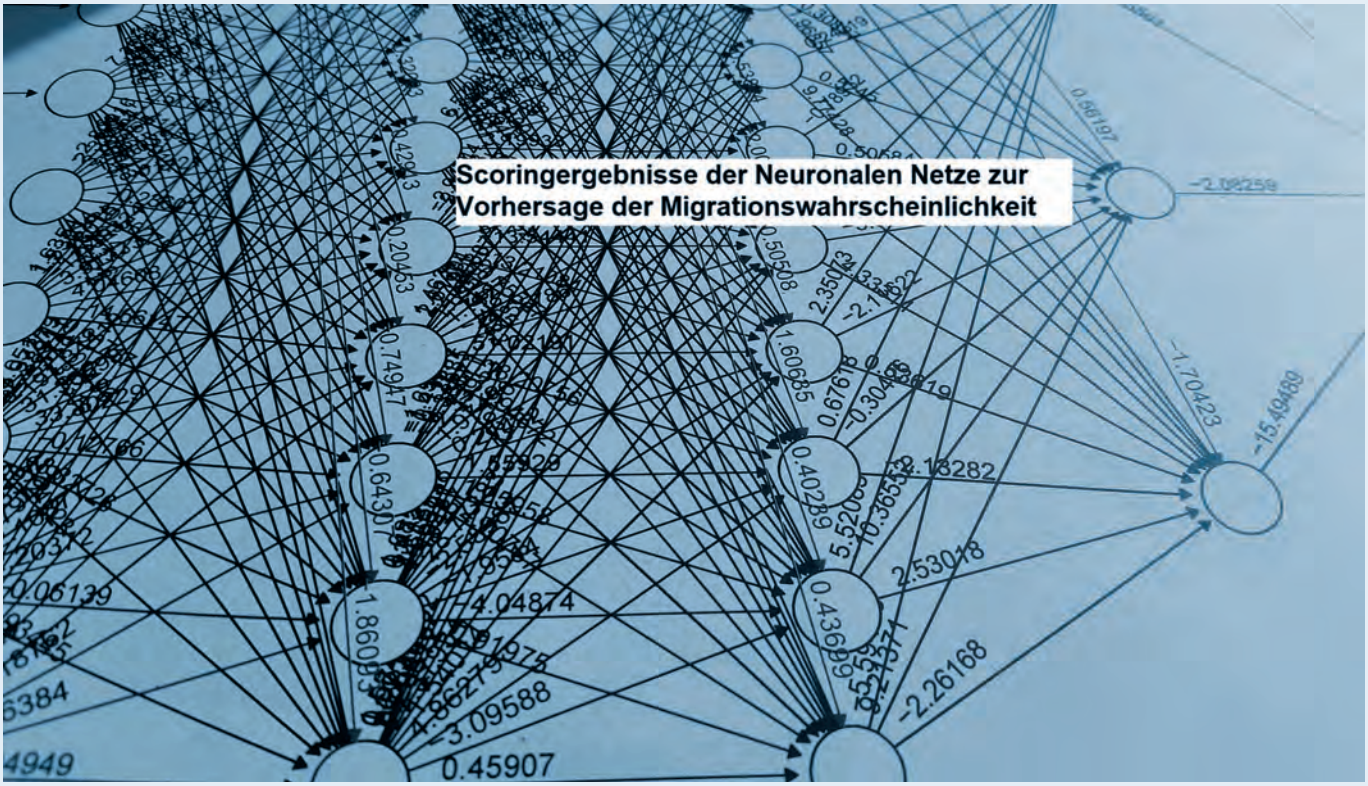
**Sprechen Sie uns an.
Wir sind für Sie da.**

WIR SPRECHEN FUNDRAISING

frc spenden manufaktur
Telefon-Fundraising

FRC Spenden Manufaktur GmbH
Alt-Moabit 89
10559 Berlin
+49 30 2700083 00
info@spenden-manufaktur.de
www.spenden-manufaktur.de

Mitglied im Deutschen Fundraising Verband – Ethisch & Transparent
DDV Mitglied im Deutschen Dialogmarketing Verband e.V.



Kann man in die Zukunft schauen?

Mit Predictive Analytics Spenderverluste stoppen

Keiner will Spender verlieren, jeder will sie halten. Wie nur binden wir die Spender und vermeiden ihren Absprung? International Justice Mission (IJM) hat erste präzisere Antworten, nachdem das Unternehmen viele Daten analysiert und Prognosen genutzt hat.

Von ALEXANDRA RIPKEN

Alles fing damit an, eine solide Struktur aufzubauen. Dazu haben wir die Spender nach ihrem quartalsweisen Spendenverhalten gruppiert. Die Gruppen heißen etwa Sporadische, Verlorene oder Dauerspender. Doch wie vertraut die Namen auch klingen, so anders sind die dahinter liegenden Definitionen. Denn bei uns ist Dauerspender, wer in den zurückliegenden drei Quartalen mindestens einmal gespendet hat und gleichzeitig im aktuellen Quartal mindestens so häufig gespendet hat wie in einem der beiden vorausgehenden Quartale. Dabei ist es unerheblich, ob der Spender von sich aus oder auf unseren Impuls hin spendet. Was zählt, ist die robuste Erfassung der Dauerspender pro Quartal, mit der wir nun Produkte schneller testen können.

Spender verstehen

Parallel dazu haben wir über Gespräche, Fragebögen und Telefonate unsere Spender besser kennen gelernt. Wir haben uns Open Rates und Click Rates unserer Newsletter angeschaut, Meinungen und Impulse der Spender zum Produktdesign eingeholt, minimal funktionsfähige Produkte getestet, Hypothesen aufgestellt und ausgewertet. Dieser Prozess hält an.

Bislang wissen wir, dass unsere Spender digitale, hoch individualisierte Kommunikation über ihre eigene Wirkung und die Wirkung von IJM als Marke schätzen. Sie fühlen sich in einer Werte-Gemeinschaft wohl.

Donor Journeys entwickeln

Auf dieser Basis haben wir für unsere Spender insgesamt zehn unterschiedliche Donor Journeys aufgesetzt. Unser Anspruch ist, selbst in der Masse jeden Spender so individuell wie einen Großspender anzusprechen.

Unsere Verlustrate liegt bei elf Prozent. Das ist gut, aber für uns noch zu viel. An Bindungsprodukten, gerade für den jeweils sensiblen Anfang der Journeys, tüfteln wir gerade. Unser Motto dafür heißt „gewinnen, begeistern, binden". Mit dieser Struktur sind wir gerüstet, nicht nur die Gegenwart und Vergangenheit zu betrachten, sondern auch in die Zukunft zu schauen. Denn wir wollen Spender ja halten, noch bevor sie ihren

Status ändern und etwa durch die Migration vom sporadischen zum verlorenen Spender werden. Wir wollen sie genau dann erreichen und positiv beeinflussen, wenn sie erwägen, mit ihrer Spende zu pausieren. Also haben wir unsere Daten unter der Annahme untersucht, dass es einen Zusammenhang zwischen Statuswechsel und Newsletter-Lesen gibt.

Und tatsächlich zeigen die Daten genau diese Korrelation. Je höher die Open Rate unserer Newsletter, desto höher die Anzahl der Statuswechsler. Je geringer die Open Rate, desto weniger Statuswechsler. Damit hielten wir eigene relevante Daten in der Hand.

Predictive Analytics einsetzen

Beim Heben dieses Schatzes fanden wir professionelle Hilfe bei Prof. Dr. Max von Renesse, der Lehrstuhlinhaber für Wirtschaftsmathematik und Stochastik an der Universität Leipzig ist und Inhaber von Q-Sera-Analytics. Wie schon zuvor bereitete er die Daten auf, verband für jeden Spender die Spendenbuchungen mit den dazugehörigen Open Rates des Newsletters, jagte Algorithmen über die Daten und nutzte Verknüpfungen aus neuronalen Netzen. Als Ergebnis legte er uns für das Betrachtungsquartal eine Gruppe von 100 absprungwilligen Spendern vor.

Case of proof

Diese 100 segmentierten wir in drei Teilmengen. An 29 sporadische Noch-Spender schickten wir eine individuelle E-Mail mit individualisiertem Wirkungsbericht. 16 Dauerspender bekamen unser Postkartenset als Bindungselement. Den Rest als Kontrollgruppe bedienten wir nicht mit einem Sonderservice. Im Ergebnis sind von den 29 sporadischen Noch-Spendern drei zu Dauerspendern mit Lastschriftmandat geworden, ein vierter wurde Großspender. Von den 16 Dauerspendern sind 15 Dauerspender geblieben, einer überweist seine Monatsspende nun unregelmäßig als akkumulierten Betrag. In der Kontrollgruppe gab es weder weitere Spenden noch einen positiven Statuswechsel.

Nun wollen wir den Prozess automatisieren. Zusätzlich wenden wir uns den Weitsprungkandidaten zu, die zu einem positiven Statuswechsel bereits sind.

Nach mehr als zehn Jahren Fundraising liegen **Alexandra Ripken**s Schwerpunkte im engeren Verständnis von Großspender-Fundraising, Kaltakquise von Großspendern und Bindung über Storytelling sowie Arbeit mit der Datenbank zur Migration von Spendern. Im weiteren Fundraising-Verständnis beschäftigt sie sich mit Strategieentwicklung und -umsetzung.
▶ **www.zielundplan.com**

GRÜN

GRÜN VEWA7 optimiert Ihre Fundraising-Aktivitäten und Spendenprojekte

Marktführende Branchensoftware für Spendenorganisationen

→ Spendenverwaltung & CRM
→ Fundraising (Kampagnen, Aktionen)
→ Online & Offline Multi-Channel-Marketing
→ Dauerspendenzusagen (Projektpaten, etc.)
→ Spendenverbuchungen
→ Nachbearbeitung (Quittierung & Bedankung)
→ Spenderkommunikation
→ Fakturierung & Warenwirtschaft

GRÜN Software AG
Pascalstraße 6
52076 Aachen

Ihr Ansprechpartner:
Olivier Chatain
T: 0241 18900
E: kontakt@gruen.net

→ www.gruen.net/vewa7

Was macht Fundraising wirklich gut?

Wie Sie Erkenntnisse aus empirischen Studien für sich nutzen können

Haben Sie sich auch schon gefragt, ob die Art und Weise, wie Sie Fundraising betreiben, wirklich gut ist? Ob Sie das Richtige tun? Ob Sie es richtig tun? Erkenntnisse aus empirischen Studien können Ihnen helfen, Ihre Ziele zu erreichen – oder Ihren Mitteleinsatz zu verbessern.

Von Prof. Dr. JULIA GLESNER

Im Arbeitsalltag bleibt oft wenig Zeit, um zu überprüfen, ob erprobte Instrumente im eigenen Fundraising die Ziele, die sie erreichen sollen, auch wirklich erreichen – oder ob es dafür effizientere Wege gibt. Empirische Studien bieten viel Material für die eigene Praxis.

Manfred Schwaiger von der LMU München hat in zahlreichen Studien unter anderem die Wirkung von Sponsoring untersucht. Im Auftrag des Kulturkreises der deutschen Wirtschaft hat er belegt, dass Kultursponsoring als Kommunikationsform nicht nur von rund 90 Prozent der Rezipienten akzeptiert wird, sondern auch eine sehr hohe Aufmerksamkeitswirkung hat. Diese Aussagen können Sie bei der Akquise neuer Sponsoren als wissenschaftlich belegtes Verkaufsargument einsetzen.

Steffen Huck, Imran Rasul und Andrew Shephard haben in einer Studie nachgewiesen, dass ein Direktmailing die höchste Spendensumme erzielt, wenn lediglich bekanntgegeben wird, dass ein bedeutender Großspender (lead donor) existiert, aber keine Angaben gemacht werden, ob und in welcher Höhe der Großspender einge-

Weiterführende Quellen

Schwaiger, Manfred (2006): Messung der Wirkung von Sponsoringaktivitäten im Kulturbereich. Zwischenbericht über ein Projekt im Auftrag des AKS/Arbeitskreis für Kultursponsoring. Working Papers. In: Schriften zur Marktorientierten Unternehmensführung 1/2006. München. ISBN: 1862-9059.

Huck, Steffen | Rasul, Imran | Shephard, Andrew (2013): Comparing Charitable Fundraising Schemes: Evidence from a Natural Field Experiment and a Structural Model. Discussion Paper. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung gGmbH.

Sargeant, Adrian | Chang, Jen (2013): Great Fundraising. Full Report. A UK based report commissioned by Clayton Burnett Limited to answer the question: What Makes Fundraising Truly Great? Vgl. www.philanthropy-institute.org.uk/reports/

www.philanthropy.iupui.edu/about/history.html

www.newsinfo.iu.edu/news-archive/4207.html

gangene Einzelspenden gegenfinanzieren würde (Matching-Schemata).

Besteht jedoch ein Großspender darauf, dass ein Matching-Schema eingesetzt wird, war folgendes Szenario am erfolgreichsten: die Bitte um eine Spende, verbunden mit der Information, dass ein anonymer Spender einen Euro für jeden gespendeten Euro unter der Bedingung gibt, dass die Spende größer als 50 Euro ist und dass er dies bis zu einer Maximalsumme gedeckelt hat. Gegenüber den weiteren Anreiz-Systemen, die zur Wahl standen, war das nicht zu erwarten gewesen. Dies zeigt, dass es erprobte Vorgehensweisen verdienen, wissenschaftlich überprüft zu werden.

Adrian Sargeant und Jen Chang haben untersucht, wie und unter welchen Umständen Organisationen besonders erfolgreiches Fundraising entwickeln. Sie fokussierten die Art, wie erfolgreiche Führungskräfte im Fundraising ihre Arbeit denken. Eine ihrer Kernaussagen ist, dass ein solchermaßen erfolgreiches Fundraising auf ein Wachstum der Organisation abzielt, das für die Organisation transformatorisch ist, sie also in der Qualität ihrer Arbeit auch reifen lässt. Wie dies gelingen kann, zeichnen sie in ihrer Studie nach.

Gezielt Kooperationspartner aus der Hochschule suchen

Während es in den USA seit 2006 den ersten Lehrstuhl für Fundraising gibt, steht eine solche Entwicklung im deutschsprachigen Raum noch aus. Aber auch an Fakultäten, die BWL oder empirische Sozialwissenschaften lehren, entstehen Fundraising-Studien. An der TH Köln beispielsweise forscht Manfred Urselmann schwerpunktmäßig zum Fundraising. Wenn Sie selbst Praxispartner für empirische Untersuchungen werden wollen, bieten sich Universitäten und Fachhochschulen Ihrer Region an. Dort werden kontinuierlich Projekte und Abschlussarbeiten für Studierende gesucht, die dann unter fachlicher Begleitung durchgeführt werden. Es empfiehlt sich, eine solche Partnerschaft mit kleinen Projekten zu beginnen.

Prof. Dr. **Julia Glesner** leitet den Studiengang Kulturarbeit an der Fachhochschule Potsdam und verantwortet dort das Lehrgebiet Kultur & Management. Von 2006 bis 2017 war sie Mitglied im Direktorium der Klassik Stiftung Weimar, leitete das Stabsreferat für Kommunikation und Marketing und war Pressesprecherin der Stiftung. Von 2003 bis 2006 arbeitete sie als persönliche Referentin und Leiterin der Öffentlichkeitsarbeit am Theater Erfurt. In beiden Positionen war sie auch für das Fundraising verantwortlich.
▶ **www.fh-potsdam.de**

Nutzen Sie die Macht Ihrer Daten

Daten helfen dabei, Ihre Zielgruppe zu verstehen. Und nur so werden Sie und Ihre Themen relevant!

Data-Driven Fundraising ermöglicht es, mit den Spendern an der richtigen Stelle der Donor-Journey zu interagieren.

- Spenderdatenanalysen geben Ihnen einen genauen Überblick über Ihre Spender und deren Spenderverhalten.
- Entdecken Sie mit dem GFS-exklusiven Wertescoring die wahren Potenziale Ihrer Spender.
- Mithilfe von Limbic® analysieren wir die Motive und Werte Ihrer Spender.

Die GFS hilft Ihnen dabei, die richtige Botschaft auf dem richtigen Kanal zu senden. Hochindividualisiert online und Print

GFS ist der kompetente Partner für Ihre Fundraisingfragen – von der Strategie-Entwicklung bis zur Umsetzung bekommen Sie alles aus einer Hand.

GFS
DATA-DRIVEN FUNDRAISING

GFS Fundraising Solutions GmbH
Linzer Straße 21
53604 Bad Honnef
Tel. +49 2224 918 250

www.gfs.de

GFS ist offizieller Limbic® Partner der Nymphenburg Consult AG.

Foto: © gstockstudio / shutterstock

DATA-DRIVEN FUNDRAISING

Unterschwellige Auslöser

Wie lässt sich Erfolg im Fundraising „anschubsen“?

Das strategische Fundraising hat in Deutschland noch keine lange Tradition. Haben wir zu Beginn des professionellen Spendensammelns viel aus Amerika und anderen Ländern gelernt, so stehen wir jetzt vor der Frage, wie wir uns in der Fundraising-Welt weiter entwickeln können. Ein Baustein dazu kann der Blick über den Tellerrand in andere Wissenschaften sein – so beispielsweise in die Verhaltensökonomik mit dem Thema Nudging.

Von Prof. Dr. BETTINA BURGER-MENZEL und BEATE HAVERKAMP

Die Verhaltensökonomik findet als wissenschaftliche Disziplin zunehmend Beachtung, wie die Diskussion der noch immer aktuellen Finanzkrise und die Vergabe der Wirtschaftsnobelpreise zeigen. Doch ist sie auch für die Spendenpraxis sinnvoll? Die Antwort heißt Ja. So fällt zum Beispiel in Ländern wie Deutschland, in denen der Standard „Nichtspender“ lautet, die Organspendenquote geringer aus als in Ländern wie Österreich, in denen „Organspender“ voreingestellt ist und die Bürger aktiv widersprechen müssen.

Die Maßnahme gehört zum sogenannten Nudging, das aus der englischen Sprache als „anstoßen“, „schubsen“ oder „stupsen“ übersetzt werden kann. Anschubs-Modelle setzen dort an, wo Ge- und Verbote oder spürbare Sanktionen versagen und der Mensch seine Entscheidungen nicht überlegt, sondern als Bauchgefühl-Entscheidung trifft. Das Beispiel der Organspende fällt in die Kategorie „kognitiver Schubs“ und setzt an der Trägheit des Menschen an, nicht alle Informationen, denen man ausgesetzt ist, in die Wahrnehmung aufzunehmen, zu beurteilen, zu speichern oder für eine Entscheidungsfindung einzusetzen. Nudging nutzt auch aus, dass sich Menschen häufig über Gruppenmotivation und Herdenverhalten zum Handeln bewegen lassen („sozialer Schubs“). Werden zusätzlich noch Emotionen angesprochen, kann dies in beiden Kategorien verstärkend wirken.

Für das professionelle Fundraising sind die dazugehörenden Maßnahmen sinnvoll. So lassen sich Signalbotschaften durch Nudging-Instrumente wirkungsvoller einsetzen, was in der Betriebswirtschaft als Neuromarketing diskutiert wird.

Vertrauensbasis und Verständnis der Zielgruppe

Dabei können plakative oder gefühlsbetonte Darstellungen über eine unbewusste Wahrnehmung einen direkten Zugang in das Gehirn erzeugen. Und textlich können bestimmte Formulierungen Interpretations- und Deutungsmuster aktivieren und beispielsweise mehr Sympathie auf die Zielgruppe einer Spendenkampagne lenken. Auch Spendenwerte, die eine Organisation auf ihrer Homepage voreingestellt hat, können Wirkungen entfalten. So wird die Wahrnehmung zugunsten eines Empfehlungs- bzw. Ankerwertes verzerrt, wenn die Spender der Organisation vertrauen, den Wert plausibel in ihre eigene Entscheidungswelt einordnen und sich wirkmächtig fühlen können. Das Spendenvolumen kann sich auch erhöhen, wenn die Spender wissen, dass die Mehrheit ihrer Nachbarn großzügiger spendet als sie, was wie ein kollaborativer Filter wirkt. Zudem können Testimonials sozial anschubsen.

In einer Solidargemeinschaft wie der unseren gibt es durchaus Gründe, Menschen in eine wünschenswerte Richtung zu bewegen. Doch erfolgreiches Nudging braucht auf der Input-Seite eine Professionalisierung der Organisationsstrukturen, -prozesse und Kompetenzen und auf der Output-Seite ein tiefergehendes Verständnis der Zielgruppe. So ist im Top-Spendenbereich das Schubsen in der Regel relativ unwirksam; hier ist vielmehr die persönliche Beziehung zu den Spendern wichtig. Vor allem aber braucht Nudging ein ethisches (vorzugsweise kodifiziertes) Grundverständnis, da einige der genannten verhaltensökonomischen Instrumente zum Teil mit der unbewussten Wahrnehmung und Entscheidungsverzerrung potenzieller Spender arbeiten. Ein solches Grundverständnis reicht von der Warnung des Deutschen Spendenrates mit „drastischen und schockierenden Bildern“ zu arbeiten, die potenzielle Spender über ein schlechtes Gewissen einfangen wollen, bis hin zum Verbot irreführender Absichten. Kurzum: Der Einsatz von Nudging-Instrumenten kann zum Erfolg von professionellem Fundraising beitragen. Aber auch ein „Schubser“ braucht Professionalisierung. ◘

Bettina Burger-Menzel ist Professorin an der Technischen Hochschule Brandenburg. Sie ist Alumna Senior Fellow des Käte Hamburger Kollegs der Universität Duisburg-Essen, Theodor-Heuss-Gastprofessorin am Instituto Tecnológico Autónomo de México und Lehrpreisträgerin des Landes Brandenburg zum Thema „Gesellschaftliche Verantwortung vermitteln“. In Lateinamerika unterstützt sie seit Jahren die Modernisierung von Hochschulbildung und Technologietransfer.
▶ www.th-brandenburg.de

Beate Haverkamp ist Geschäftsführerin des Conversio Instituts in Duisburg. Mit fast 20 Jahren Fundraising-Erfahrung kennt sie die Sorgen und Probleme der Fundraiser. Als Fach- und Führungskräfte-Coach arbeitet sie personenzentriert und ist in Gestaltberatung und energetischer Therapie ausgebildet. Sie bringt 30 Jahre Erfahrung in der Arbeit mit Gruppen und Teams in ihre Tätigkeit ein.
▶ www.conversio-institut.de

Sie wollen **Chancengleichheit und Geschlechtergerechtigkeit** verwirklichen?

Wir machen Fundraising für Ihre Ziele:

Von der Datenanalyse bis zur Strategie.
Von der Idee bis zur Kampagne.
Vom Konzept bis zum fertigen Werbemittel.

www.fundango.de · kontakt@fundango.de
Telefon 0221 / 677 845 - 90

fundango
Fundraising ist mehr

Ausstellung mit Informationen zum Impfprogramm von „Ärzte ohne Grenzen“

Possibilidades inimagináveis

Ungeahnte Möglichkeiten: Der Fundraising-Alltag in Brasilien

Seit einem Jahr ist Jirka Wirth der Fundraising-Direktor für „Medecins Sans Frontieres / Medicos Sem Fronteiras“ (Ärzte ohne Grenzen) in Brasilien. Es ist das größte Abenteuer seiner beruflichen Laufbahn. Für das Fundraiser-Magazin teilt er seine Eindrücke aus dem Fundraising-Alltag des südamerikanischen Landes.

Von JIRKA WIRTH

Die Qualität des Fundraisings wird, wie in Deutschland auch, vor allem von den Menschen geprägt, die es praktizieren. Ein großer Unterschied, der mir von Anfang an bewusst wurde, ist das Alter. Viele Fundraiser sind verhältnismäßig jung, haben jedoch schon erstaunlich viel Berufserfahrung. Will heißen, dass es nicht ungewöhnlich ist, dass Leute mit 27 Jahren bereits zehn Jahre in dieser Branche arbeiten. Eine qualifizierte Ausbildung zum Fundraiser gibt es nicht, jedoch bietet der nationale Fundraisingverband ABCR neben einem jährlichen Fundraising-Kongress auch Kurse und Seminare an. Darüber hinaus stellt der Verband mit etwa 400 Mitgliedern Orientierung für die Qualität im Fundraising durch einen Ethikkodex und Standards für die Berufspraxis zur Verfügung.

Hohe Motivation

Insgesamt ist das Weiterbildungsangebot jedoch eher eingeschränkt, und viele Fundraiser belegen andere Kurse wie beispielsweise Master-Kurse in Marketing oder Kommunikation. Mein Eindruck ist, dass die Fundraiser insgesamt sehr wissbegierig und lernwillig sind und darüber hinaus außerordentlich motiviert. Ausbaufähig ist in jedem Fall die Anzahl der Englisch sprechenden Fundraiser, schon allein um sich besser international zu vernetzen und weitere Lern- und Weiterbildungsmöglichkeiten nutzen zu können. Mit meinem Engagement in Brasilien ändert sich das auf jeden Fall für viele meiner Kollegen, da ich erst Portugiesisch lerne und aktuell ausschließlich über Englisch kommuniziere.

Die rechtlichen Rahmenbedingungen

Die Registrierung als gemeinnützige Organisation ist im Prinzip recht einfach, abgesehen von den allgemein recht komplizierten und langwierigen Verwaltungsprozeduren. (Ich kann ein Lied davon singen

im Zusammenhang mit meiner eigenen Registrierung hier in Brasilien.) Die Möglichkeit der steuerlichen Anrechnung von Spenden in der Steuererklärung der Spender existiert nur für zertifizierte Bildungsprojekte innerhalb Brasiliens. Wir als Médicos Sem Fronteiras (MSF) können von dieser Regelung also keinen Gebrauch machen, wie auch die meisten anderen (internationalen) Organisationen nicht. Daher ist es auch kein Thema beispielsweise für Großspender, was ich am Anfang befürchtete. Das Datenschutzgesetz befindet sich gerade in einer Revision und wird in seiner neuen Fassung mit Gültigkeit ab August 2020 sehr viele Elemente der europäischen Datenschutzgrundverordnung aufnehmen. So bin ich im Prinzip gut vorbereitet auf all die Anforderungen bezüglich Einwilligungserklärung und Co.

Das Banken- und Zahlsystem

Früher dachte ich, dass SEPA ein Alptraum sei. Jetzt wäre es mein Paradies. Der Bankensektor konzentriert sich auf mehr oder weniger zehn Banken, allerdings nicht unter einem einheitlichen System, was beispielsweise das Lastschriftverfahren angeht. So gibt es nur einige wenige Banken, die dieses Direct-debit ohne Registrierung akzeptieren (diese sind aber eher kleinere Banken). Alle anderen haben jeweils andere Verfahren, die zu viel Verwirrung und Unklarheit führen. Hinzu kommt, dass sich die Verfahren stetig ändern und teilweise die Informationen darüber erst recht spät oder gar nicht durchsickern. Gerade diese Zahlart führt zu immensen Zahlungsausfällen, weil es viele Spender nicht schaffen, die Registrierungshürde zu nehmen. Unsere „schlechteste" Bank ist Banco de Brasil. Hier schafft es nur jeder dritte Spender, der sich für eine Dauerspende registriert hat, auch das Direct-debit-Verfahren zu aktivieren. Für Face-to-Face bieten wir diese Zahlweise daher erst gar nicht an. Ähnlich, aber nicht ganz so schlimm verhält es sich mit anderen Banken.

Kreditkarten mit Vor- und Nachteilen

Was auf den ersten Blick als das attraktivste Zahlungssystem erscheint, entpuppt sich später als Herausforderung – die Kreditkarte. Anders als in Deutschland hat in Brasilien quasi jeder eine Kreditkarte. Und die Aktivierung einer Dauerspende via Kreditkarte liegt mehr oder weniger bei 100 Prozent, will heißen, jeder, der sich registriert, zahlt auch mindestens die erste Spende. Dann fängt es aber schon an, knifflig zu werden, da viele ihre Kreditkarte überziehen und dann keine Abbuchung einer Spende mehr möglich ist. Daher sind wir bei MSF erst kürzlich von einem Abbuchungsversuch pro Monat auf maximal drei hochgegangen, um diesen Effekt zu reduzieren. Ein weiteres großes Problem ist das Auslaufdatum von Kreditkarten. 40 Prozent unserer knapp 400 000 Dauerspender zahlen mit Kreditkarte. Man kann sich also vorstellen, wie viele Karten pro Monat ablaufen und wie wir per E-Mail und Anruf den Spendern hinterherlaufen, um die neuen Kartendaten zu erhalten.

Per Allrad durch den Dschungel: aus einem Fundraising-Video der „Medecins Sans Frontieres / Medicos Sem Fronteiras" (Ärzte ohne Grenzen) in Brasilien

Traditioneller Zahlschein

Ein umgekehrter Überraschungseffekt war das für mich noch sehr weitverbreitete Zahlsystem des sogenannten „boletos". Das ist im Prinzip ein vorausgefüllter Zahlschein, den wir wie eine Rechnung jeden Monat an den Briefkasten der Dauerspender schicken. Etwa 20 Prozent unserer Dauerspender bevorzugen diese Zahlweise, teilweise aus Tradition, aber auch, um der Preisgabe ihrer Bank-/Kreditkartendaten zu entgehen. Das Übel fängt mit der sehr schwachen Aktivierung von nur circa 75 Prozent der registrierten Dauer-Spender an und geht mit der monatlichen Zahlrate von ebenfalls nur um die 70 Prozent weiter. Aber: Wir können im Prinzip jedem ein „boleto" senden, auch denen, deren Zahlung per Direct-debit oder Kreditkarte fehlschlug. Eine weitere Besonderheit ist, dass jeder „boleto" einen Wert braucht, also eine vorher eingetragene Summe. Das ist bei der monatlichen Spende kein Problem, bei der Versendung von Direct Mails allerdings doch. Hier nutzen wir das Spendenverhalten der letzten Spenden plus einen kleinen Aufschlag. Allerdings kann niemand seinen Betrag der Wahl per „boleto" überweisen. Sogenannte Shopping-lists in Direct Mails sind also sinnlos. Im Moment optimieren wir das Zahlverhalten per Kombination des Papier-„boletos" mit einem identischen digitalen „boleto", das wir parallel per SMS und E-Mail an die Spender versenden. In Tests haben wir eine Verbesserung von zwei Prozent absolut im Zahlverhalten gesehen.

Darüber hinaus werden zahlreiche Gebühren für Transaktionen fällig. Dies macht einen substanziellen Anteil der … ▶

... Fundraising-Kosten aus. Für MSF sind das 20 Prozent unseres gesamten Fundraising-Budgets. Stete Verhandlungen mit den Banken und Lobbyarbeit im gesamten Bankensektor sind an der Tagesordnung.

Face-to-Face-Fundraising

In Brasilien ist Face-to-Face (F2F) groß im Kommen. Die wenigsten Organisationen stützen sich dabei auf Inhouse-Kampagnen (wie Greenpeace und MSF), sondern auf ein begrenztes Angebot von Agenturen. Wichtiger als in allen anderen mir bekannten F2F-Ländern ist das Thema Sicherheit. Unsere Campaigner arbeiten niemals allein, und Door-to-Door ist aus Sicherheitserwägungen quasi ein No-go. Gearbeitet wird ausschließlich mit fliegenden Teams, also ohne Pavillon oder Schirm. F2F konzentriert sich im Wesentlichen auf die beiden großen Städte Sao Paulo (ca. 25 Mio. Einwohner) und Rio de Janeiro (ca. 9 Mio. Einwohner). Diese beiden Städte liegen auch „nur" 50 Flugminuten auseinander. Weitere Städte in einem akzeptablen Abstand (für MSF) sind Porto Alegre und Belo Horizonte. Alle weiteren größeren Städte liegen mehrere Flugstunden entfernt. Das wäre so, als wenn man eine europäische F2F-Kampagne starten würde. Da ist man schnell an den Limits für Management, Administration und Recruitment. Sehr positiv für diesen Kanal der Spender-Akquise ist, dass die Brasilianer sehr kommunikationsfreudig sind und es daher nicht schwer ist, Menschen für ein Gespräch zu gewinnen.

Auch der F2F-Fundraiser namens Euro ist für „Ärzte ohne Grenzen" unterwegs. Die Brasilianer gelten als sehr kommunikationsfreudig.

Direct Response TV

Die große Erfolgsstory für MSF in Brasilien hat den Namen „Hold on". Dieser Song von REM untermalt den zweiminütigen TV-Spot für eine Dauerspende. Der meist genutzte Response Channel ist die Website (70 %), nur circa 30 Prozent registrieren sich via Callcenter. In den letzten Jahren hat MSF Brasilien im Schnitt so etwa 70- bis 80 000 Dauerspender pro Jahr gewonnen. Gleichzeitig ist dieser Kanal hocheffizient. Akquisitions-Kosten von etwa 200 Real (ca. 42,50 €) steht nach fünf Jahren ein Long Time Value von etwa 1500 Real (ca. 319,50 €) gegenüber. Andere Organisationen versuchen nachzuziehen, allerdings ist die Einstiegshürde für das Budget trotz hoher Mediarabatte (ca. 80 %) recht hoch. Fernsehen ist generell sehr stark in das Leben der Brasilianer integriert. Jede Bar, jedes Restaurant, aber auch Shops haben einen Fernseher. Zu Hause läuft er auch ununterbrochen, meist mit Telenovelas oder Fußball. Die Emotionalität dieses Mediums scheint wie gemacht für Brasilien.

Fundraising-Dienstleister

Hier macht es sich wohl bemerkbar, dass Brasilien quasi eine Sprachinsel zwischen all den Spanisch sprechenden Nachbarländern in Südamerika ist. Die Auswahl an Dienstleistern ist sehr eingeschränkt und die Hürde für internationale Dienstleister wohl auch aufgrund der Sprache sehr hoch. Im Wesentlichen nutzen wir Dienstleister, die nicht speziell auf NGOs spezialisiert sind und müssen diese in die Eigenheiten des Sektors einweihen. Das ist okay für Druckereien. Für Marketing und Kreativagenturen ist das allerdings schon problematischer. Auch im Digitalbereich nutzen wir die Dienste großer Onlineagenturen und müssen bei einem Wechsel immer wieder das Thema Fundraising von Neuem erklären.

Die Post funktioniert im Prinzip sehr zuverlässig, aber nicht sehr schnell. So kann sich die Zustellung ein und desselben Mailings zwischen einem Tag (z. B. Sao Paulo) und zehn Tagen (z. B. Manaus) hinziehen. Eine verlässliche Response-Auswertung nach zehn Tagen (wie ich sie aus Deutschland gewohnt war) ist somit unmöglich. Aber 30 Tage machen es auch. Geduld haben lohnt sich hier.

Social Media

MSF hat in Brasilien knapp zwei Millionen Facebook-Follower. Andere Organisationen haben ähnlich hohe, in jedem Fall für europäische Verhältnisse fast unglaubliche Zahlen. Die Brasilianer lieben Kommunikation. Nicht nur die direkte (es gibt quasi kein ruhiges Restaurant oder Café), sondern vor allem die in den sozialen Medien und Chats. Allen voran ist WhatsApp. Ich glaube, allein in meinem Büro bin ich in fünf verschiedenen

offiziellen und weiteren drei inoffiziellen WhatsApp-Gruppen. Apropos, zum Umgang mit persönlichen Daten weiter unten etwas mehr.

Steht man in der Metro oder läuft man die Straße entlang, hat man das Gefühl, dass die halbe Welt per WhatsApp kommuniziert, bevorzugt per Sprachnachricht. Dicht gefolgt von Instagram, wo die Bilder des letzten Churasco (Brasilian BBQ), des letzten Strandbesuchs (gern im Bikini) oder der letzten Feier mit Freunden in Bild und Video geteilt werden. Bisher nimmt diese Mediengattung im Fundraising an sich noch eine sehr untergeordnete Rolle ein. Wir arbeiten aber daran, um gegebenenfalls in Zukunft auch WhatsApp und Co. für die Spenderkommunikation zu nutzen. Für die Verbreitung von Neuigkeiten aus unseren Projekten sind Facebook und Instagram schon heute unverzichtbar.

Meine Daten …

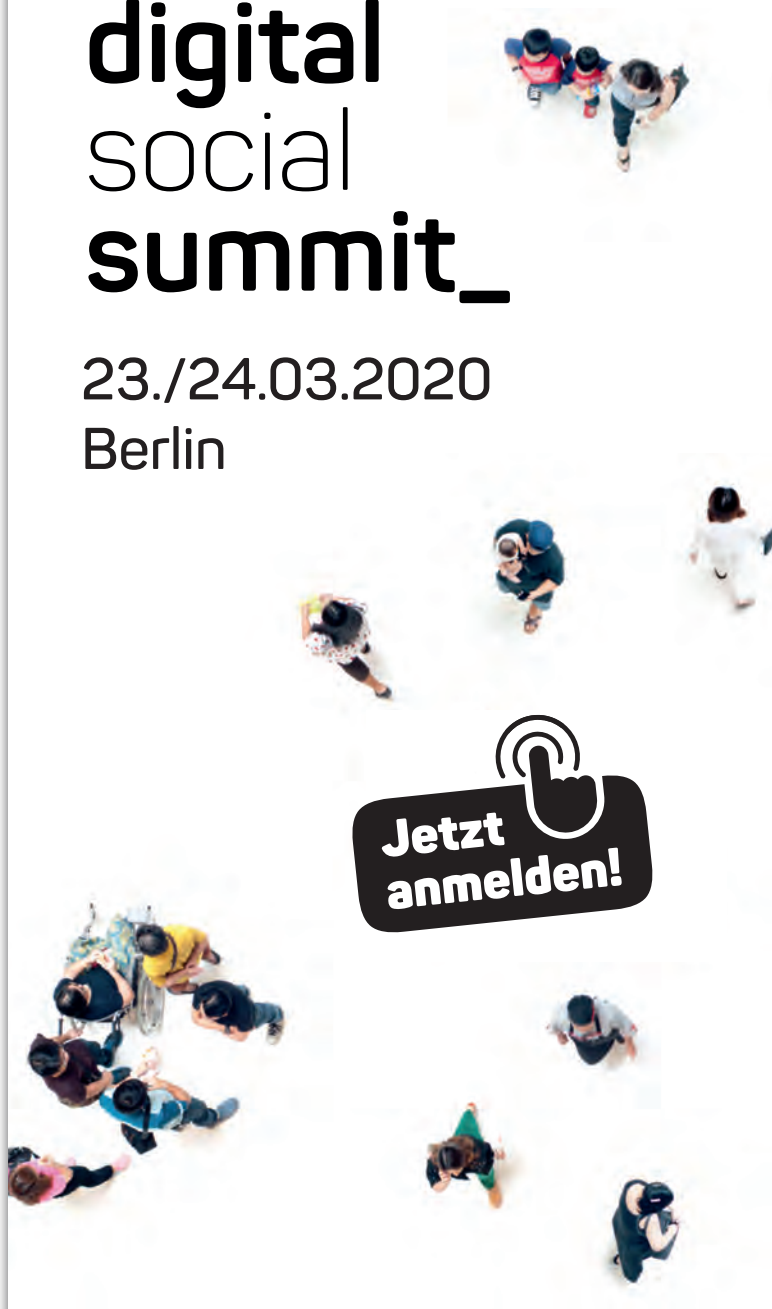
… hat im Prinzip jeder hier. Befürchte ich jedenfalls. Möchte ich ein öffentliches Gebäude betreten (öffentliche Verwaltung oder private Bürogebäude), muss ich mich mit meiner sogenannten CPF-Nummer identifizieren. Das ist in etwa so etwas wie unsere Steueridentifikationsnummer in Deutschland. Habe ich das am Hauteingang getan (in den meisten Fällen mit der Aufnahme eines Digitalfotos), muss ich gegebenenfalls das Gleiche noch einmal tun, wenn ich das Büro erreiche, das ich besuchen möchte. Mitarbeiter in den meisten Büros (so auch bei MSF) registrieren ihren Arbeitsbeginn und das Arbeitsende mit einem Fingerscan. So hebe ich auch Geld an meinem Bankautomaten ab. Möchte ich unser Büro in Sao Paulo besuchen, reicht ein Fingerscan am Haupteingang und ich habe Zutritt. Registriert habe ich mich im Parkhaus des Bürogebäudes in einem kleinen Büro mit einem Desktoprechner, auf dem jetzt mein Fingerscan gespeichert ist. Ich habe mich am Anfang wirklich sehr schwer damit getan, aber wenn man hier weiterkommen will (Zutritt zu Gebäuden) und auch nicht das Image des Spießers aus Deutschland bedienen will, muss das wohl sein. Ich habe meinen Frieden damit gemacht. Vorerst.

Fundraising in Brasilien: Läuft!

Alles in allem erlebe ich Brasilien als ein sehr fundraisingfreundliches Land. Will heißen, die Menschen teilen und geben, was sie haben, unterstützen die ihnen nahestehenden, aber auch Projekte weltweit. Brasilien macht sich auf, nicht nur im Fundraising eines der bedeutenderen Länder zu werden. Ich finde es sehr spannend, diesen Prozess live mitzuverfolgen, und ich denke, dass der aktuelle Präsident Jair Bolsonaro und Co. dies allenfalls ein kleines bisschen aufhalten werden. Dieses Land hat so viel Talent und Energie, dass wir bald mehr darüber hören werden, und das nicht nur im Fußball.

digital
social
summit_

23./24.03.2020
Berlin



Strategien. Instrumente. Debatten.

Beim DSS 2020 treffen sich diejenigen, die das Thema Digitalisierung umtreibt. An der Schnittstelle von „sozial“ und „digital“ werden in über 40 Sessions Chancen, Potenziale und Auswirkungen der Digitalisierung für die Zivilgesellschaft ausgelotet. Diskutieren Sie mit, wie eine nachhaltige und gerechte digitale Transformation aussehen kann! **#dss2020**

www.digital-social-summit.de

Generationenwechsel als Herausforderung fürs Fundraising

Spendensammelnde Organisationen stehen auch in der Schweiz vor der Herausforderung eines Generationenwechsels bei den Spenderinnen und Spendern. Das zeigt ein Blick in die Zahlen von Spendenbarometer und Bundesamt für Statistik, die Michael Urselmann und Roland Demmel für die Schweiz erstmals aufbereitet und analysiert haben.

Von ROGER TINNER

Mit zunehmendem Alter steigt die Spendenbereitschaft der Menschen. Das ist keine neue Erkenntnis, und sie wird jedes Jahr auch vom Swissfundraising-Spendenbarometer bestätigt. Die für das Fundraising interessanteste Zielgruppe ist deshalb «immer schon» die Altersgruppe 55+ gewesen. Doch wie bei allen anderen Generationen beobachten FundraiserInnen derzeit auch hier einen Generationenwechsel – nicht abrupt, aber zunehmend spürbar.

2019 befasste sich ein Swissfundraising-Seminar mit dem Thema «Generationenwechsel und Auswirkungen aufs Fundraising». Michael Urselmann und Roland Demmel (die mit der FundOpt GmbH in Berlin Organisationen bei der Optimierung ihres Fundraising-Mix beraten) haben als Grundlage dafür erstmals auf die Schweiz bezogene Zahlen zu dieser Herausforderung zusammengetragen, die nun auch online verfügbar sind.

Quantifizierung der Generationen

Demmel und Urselmann haben nämlich berechnet, wie viele SchweizerInnen den jeweiligen Generationen zuzurechnen sind. Dabei haben sie die Einteilung des Marktforschungsinstituts GfK übernommen: WiederaufbauerInnen (Alter: 67+, Jahrgänge vor 1952), Babyboomer (Alter: 52–67, Jahrgänge 1952–1966), Generation X (Alter: 38–52, Jahrgänge 1967–1981), Millenials (Alter: 23–57, Jahrgänge 1982–1996), iBrains (Alter: 9–22, Jahrgänge 1997–2011) und Smarties (Alter: bis 8, Jahrgänge nach 2011).

Auf Basis der vom Bundesamt für Statistik bereitgestellten Daten zu Lebendgeburten und aus Sterbetafeln lässt sich die Entwicklung der verschiedenen Generationen quantifizieren. Der Swissfundraising-Spendenbarometer liefert dazu die Spendenbereitschaft je Generation in Prozent, so dass am Ende der Anteil der SpenderInnen an der jeweiligen Generation berechnet werden kann (vgl. Abbildung). Dabei ist zu beachten, dass natürlich weitere Generationen nachkommen werden.

Die absolute Zahl der Spenderinnen und Spender in den genannten Generationen wird bis 2026 noch zunehmen. Und im Jahr 2020, also aktuell, sollten rund 633 000 WiederaufbauerInnen, 882 000 Baby Boomer, 934 000 Angehörige der Generation X, 824 000 Millenials und schon fast 460 000 iBrains mehr oder weniger regelmässig spenden. Total kann man also von 3,73 Millionen spendenden Schweizerinnen und Schweizern ausgehen (Das Bundesamt für Statistik hat nur die Zahlen für die in der Schweiz geborene Wohnbevölkerung).

Deutliche Unterschiede im Spendenverhalten

Und was heisst das nun konkret? Michael Urselmann dazu: «Das Fundraising der Neunziger- und Nullerjahre (in dieser Zeit erfolgte im deutschsprachigen Raum eine Professionalisierungswelle im Fundraising!) war ausgerichtet auf die Vorstellungen und Bedürfnisse der Generation ‹WiederaufbauerInnen›: Weitgehend christlich und kirchlich sozialisiert, ist Spenden für die (Wieder-)Aufbauer eine Selbstverständlichkeit.»

Gespendet werde am liebsten auf einen Spendenbrief bzw. ein Mailing hin. Präferierte Kommunikationskanäle sind Print, TV und Radio. Urselmann weiter: «Das Internet spielt in dieser Generation, wenn überhaupt, eine untergeordnete Rolle. FundraiserInnen haben in den letzten Jahren und Jahrzehnten gelernt, sich auf die Bedürfnisse dieser Generation einzustellen». Die Anzahl SpenderInnen dieser Generation hat in der Schweiz den Maximalwert von über einer Million jedoch schon 1985 (!) erreicht und nimmt seither kontinuierlich ab.

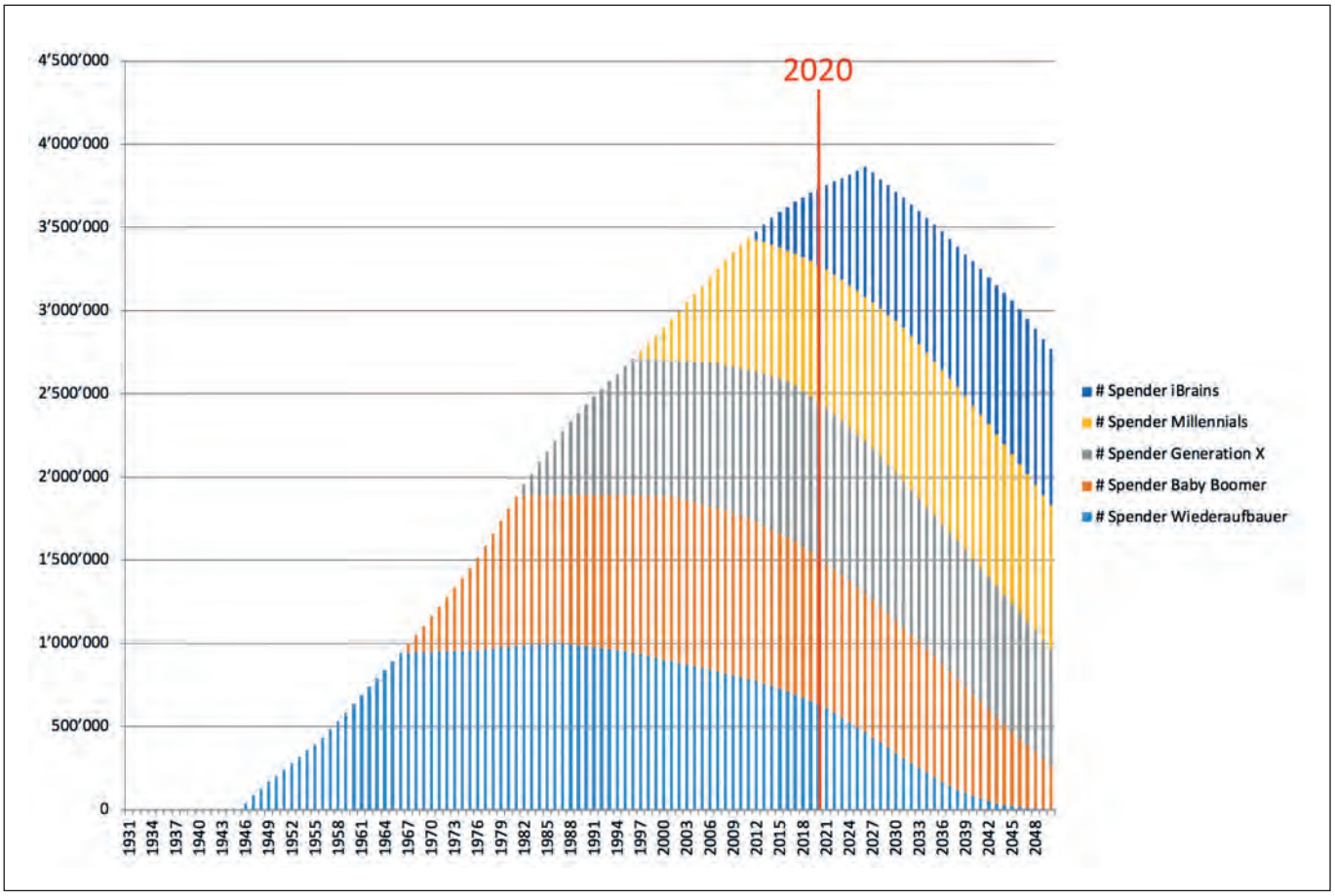
Die nachfolgende Generation der «Babyboomer» hat ab 2012 das Alter 60+ erreicht, und wird in den nächsten Jahren die «WiederaufbauerInnen» in dieser für das Fundraising so wichtigen Altersklasse nach und nach verdrängen. Die Anzahl der SpenderInnen in der Generation «Babyboomer» hat ihren höchsten Wert ebenfalls schon hinter sich – genauso übrigens wie die Generation X. Und wie sieht Urselmann diese Generation? «Aufgewachsen in Zeiten des Wirtschaftswunders und des Aufschwungs, haben ‹BabyboomerInnen› Not nicht mehr am eigenen Leib erfahren. Zu mehr Kritikfähigkeit erzogen, sind sie auch Spendenorganisationen gegenüber deutlich kritischer eingestellt. Zudem sind sie politischer, ökologischer und konsumkritischer als ihre Vorgängergeneration.» Das heisse, dass Transparenz und Mitsprache für sie eine wesentlich wichtigere Rolle spielen. Bei den bevorzugten Vertriebskanälen gesellten sich zum Mailing das Telefon und teilweise auch das Internet hinzu. Die präferierten Kommunikationskanäle sind E-Mail und Social Media (insbesondere Facebook).

Auch Motive und Auslöser verändern sich

Es ist zu erwarten – auch das zeigt der jährliche Swissfundraising-Spendenbarometer –, dass sich auch die Spendenmotive und Spendenauslöser mit jeder Generation leicht bis stark verändern. Wer im Fundraising auch in Zukunft erfolgreich sein will, tut daher wohl gut daran, sich aufgrund der zahlenmässigen Veränderungen in den SpenderInnen-Generationen selbstkritisch zu fragen, ob die eigenen Botschaften und Kommunikationsmittel zukunftsfähig sind und auf welche Generationen sich das Fundraising der eigenen Organisation konzentrieren soll. Die Zahlen von Urselmann und Demmel können dazu eine gute Grundlage bieten.

Weitere Grafiken zur zahlenmässigen Entwicklung der Generationen und dem entsprechenden SpenderInnen-Anteil sind online verfügbar unter

▶ **www.swissfundraising.org/spenderinnengenerationen**



Die absoluten Zahlen der Spendenden nach Generationen in der Schweiz (bezogen auf die in der Schweiz geborene Wohnbevölkerung).

Fundraising,

Auf Augenhöhe
Volle Identifikation
Mit Empathie
Immer authentisch
Ohne Druck

Unsere Telefon-Services für Sie:

- Lastschriftgewinnung
- Upgrade
- Legats-Telefonie
- Großspenderbedankung

„Trump“ rettet Ozeane

„Clean Ocean Foundation“ und die Werbeagentur „McCann Melbourne“ machen sich den US-Präsidenten zunutze, um eine Surfwachs-Formel zu verbreiten, die den Weltmeeren guttun soll. Dass der Klimawandel menschengemacht ist, leugnet der US-Präsident bekanntlich. Wir sind aber für die CO_2-Emissionen verantwortlich, die auch den Ozeanen schaden. Deshalb hat die Umweltorganisation „Clean Ocean Foundation Australia“ ein Surfwachs entwickelt, das durch diese Emissionen entstandene, schädliche Säuren in den Ozeanen neutralisieren kann. Es wurde bewusst kein Patent beantragt, damit möglichst viele diese Smartwax-Formel als Standard übernehmen.

▶ www.cleanocean.org

Gelöschte Daten

Auf jedem digitalen Gerät befinden sich irgendwann eine Menge ungenutzter Daten. Die Landesbank Baden-Württemberg war sich dessen bewusst und hat ihre Mitarbeiter dazu animiert, nicht mehr genutzte Daten auf den Bürorechnern zu löschen. Für jedes gelöschte Gigabyte wollte die LBBW je einen Euro spenden – an stationäre Kinderhospize beziehungsweise Kinderhospizdienste an den fünf Zentralstandorten der Bank – Stuttgart, Mannheim, Karlsruhe, Mainz und Leipzig. Das Ergebnis konnte sich sehen lassen. Ganze 25 000 Euro kamen durch die Aktion zusammen, von denen jeweils 5000 Euro an die einzelnen Einrichtungen gingen.

▶ www.lbbw.de

Pfand-spende

Die Idee ist so simpel, dass sie aufgehen musste: Fluggäste können an mehreren Flughäfen vor der Sicherheitskontrolle ihre Pfandflaschen spenden, die sie ohnehin nicht mitführen dürfen. Die „Berliner Flughafen Gesellschaft“ macht das bereits seit 2017. Seitdem wurden in Tegel und Schönefeld rund 2,1 Millionen Flaschen mit 25 Cent Pfand sowie fast 100 000 weitere Mehrwegflaschen gesammelt. Die Berliner Tafeln haben bis Ende 2019 so 600 000 Euro erhalten.

▶ www.berliner-tafel.de

Schmecken lassen!

Kochen, essen, einander kennenlernen und dabei Gutes tun

Beim Schweizer „Kitchen Battle“, der Benefizveranstaltung zugunsten der Projekte von „Cuisine sans Frontières“, kochen renommierte Kochteams aus einem Warenkorb, dessen Inhalt sie erst am selben Tag erfahren. Insgesamt hat die Organisation mit der Veranstaltungsreihe im Jahr 2019 ganze 160 000 Franken eingenommen. Der Erlös fließt in die Projekte von „Cuisine sans frontières“, die in Krisengebieten oder sozialen Konfliktsituationen gastronomische Treffpunkte und Ausbildungsstätten aufbaut – immer in Zusammenarbeit mit einem lokalen Partner. Ziel ist stets, den wirtschaftlich eigenständigen Betrieb der Projekte langfristig sicherzustellen. Dieses Mal lag der Fokus auf dem Engagement für Geflüchtete: ein Gemeinschaftsrestaurant für Frauen im Flüchtlingscamp Burj el Barajneh im Libanon, ein integrativer Treffpunkt mit Kulturangebot in Thessaloniki in Griechenland, regelmäßige Kochveranstaltungen und der Aufbau des Social Gastronomy Movement im neu entwickelten Zürcher Stadtteil FOGO in der Schweiz sowie der Aufbau einer gastronomischen Ausbildung für die vertriebenen Indigenen entlang des Rio Napo in Ecuador.

▶ www.cuisinesansfrontieres.ch

Coole Schürzen

Service-Bekleidung für die Lebensmittelbranche: Das klingt weder sexy noch nach einem guten Zweck. Das Kölner Unternehmen Kaya & Koto versucht aber beides. Die Präsentation der Produkte ist hip, und man kann beim Kauf durch Aufrunden spenden und so Flüchtlinge im Norden Ugandas unterstützen. Jede Spende führt das Unternehmen eins zu eins der Caritas-Flüchtlingshilfe in Gulu zu. Der Hintergrund: Ein Teil der Bio-Baumwolle, die in den Produkten von Kaya & Kato verarbeitet wird, kommt aus einer Bauern-Kooperative im Norden Ugandas.

▶ www.kaya-kato.de

Markierfasern

Die Deutsche Bundesstiftung Umwelt hat mit 100 000 Euro die Entwicklung eines Nachweisverfahrens zur Kontrolle von Bio-Baumwolle gefördert. Das Unternehmen Tailorlux aus Münster hat dafür eine Technik entwickelt, bei der eine Markierfaser mit einem Licht abgebenden Material angereichert und so sichtbar gemacht wird. Mit speziell entwickelten Miniatur-Spektrometern werde ein maschinenlesbares Sicherheitsmerkmal erstellt, das Rückschlüsse auf den Erzeugerbetrieb zulasse.

▶ www.dbu.de

das verbindet.

Gut informiert
Wertgeschätzt fühlen
Persönlich beraten
Willkommen sein
Dankbarkeit spüren

SAZ®
gemeinsam Ziele erreichen
05137-88-1444 • fundraising@saz.com

ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG

Give Children a Hand

Die Aufmerksamkeit um die neuen Schweizer Banknoten, die erstmals keine Persönlichkeiten zeigen, sondern Hände, hat die Agentur Ruf Lanz kreativ für „Give Children a Hand" genutzt. Die Stiftung ermöglicht Kindern mit einer körperlichen Beeinträchtigung den Zugang zu modernen Handprothesen. Um möglichst viele Kinder auf diese Art zu „enthindern", wie Gründer Michel Fornasier es nennt, ist die Organisation auf finanzielle Unterstützung angewiesen.

▶ **www.givechildrenahand.com**

Frauenrechte an Schulen

Eine Informationsbroschüre will Wiener Schülerinnen und Schüler unterstützen

Die Bildungsdirektion Wien und die Menschenrechtsorganisation „SOS Mitmensch" haben eine Informationsoffensive an Wiener Schulen zu Mädchen- und Frauenrechten gestartet. Dazu verteilten sie an Schülerinnen und Schüler eine Broschüre mit Hinweisen zu Frauenrechtsthemen sowie zu Beratungs- und Schutzeinrichtungen. Ziel sei es, junge Menschen in ihrem Bewusstsein zu stärken und Diskriminierung und Gewalt zu bekämpfen. „Eine im Vorjahr von uns durchgeführte Umfrage an Wiener Schulen hat ergeben, dass sowohl Mädchen als auch Burschen über Frauenrechte Bescheid wissen wollen. Gleichzeitig hat sich gezeigt, dass viele Schülerinnen und Schüler erhebliche Wissenslücken haben, die verwundbar machen. Hier setzt die von uns erstellte Informationsbroschüre an", erklärte „SOS Mitmensch"-Mitarbeiter Bernhard Spindler. Die Broschüre „Mädchenrechte – Frauenrechte – Frauenschutz" richtet sich an junge Menschen zwischen 13 und 18 Jahren und beinhaltet neben Informationen zu Mädchen- und Frauenrechten auch viele Hinweise zu Organisationen, bei denen Mädchen und Frauen Beratung, Unterstützung und Schutz finden. Wiener Schulen können die Broschüre direkt im Büro der Bildungsdirektion Wien bestellen.

▶ **www2.sosmitmensch.at/informationsoffensive-zu-frauenrechten-an-schulen**

MEINE MEINUNG

„Wirklich zuhören ist der Anfang von allem"

Ein Kommentar von RICO STEHFEST

Was machen Ihre guten Vorsätze fürs neue Jahr? Schon vergessen und abgehakt? Dann erinnern Sie sich möglicherweise schon gar nicht mehr an den Hashtag #Omagate, der Ende letzten Jahres entstand, als der deutsche Fernsehsender WDR seinen Kinderchor von der Oma als „Umweltsau" singen ließ. Damit ging das Jahr mit einem ganz schönen Knaller zu Ende. Wirklich schön war daran aber nichts. Dass der WDR damit niemandem einen Gefallen getan hat – geschenkt. Instrumentalisierung von Kindern? Relativ. Was das Ganze aber so bemerkenswert gemacht hat, ist meiner Meinung nach die dadurch entstandene „Debatte". Und damit meine ich nicht den medienwissenschaftlichen Diskurs, der versucht hat, die Sache phänomenologisch einzuordnen. Auffällig war vielmehr wieder das hemmungslose Gebrüll drum herum. „Wieder" muss man hier betonen, weil eben nicht zum ersten Mal sichtbar wurde, wie unbedacht viele, sehr viele User im Internet undifferenzierte Sichtweisen in die digitalen Kanäle pressen. Klar, wer am lautesten brüllt, wird eventuell am ehesten gehört. Mit welchem Effekt? Dass die leisen Stimmen dahinter nicht hörbar werden. Es ist ein Segen, dass wir in einer Demokratie alle offen unsere Meinung kundtun. Dabei nutzt es aber niemandem, wenn dabei keine Kommunikation, kein Dialog, kein Austausch stattfindet. Und genau das beobachte ich. Dabei ist es so simpel: einfach den Mund halten und zuhören. Dann lernt man jede Menge. Das hab ich mir zumindest für dieses Jahr vorgenommen.

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

Kurzgefasst …

Neue Reiseziele für Menschen mit Körperbehinderung

Urlaub ohne Hindernisse, Urlaub mit dem Rollstuhl – kein Problem: Neue und bewährte Reiseziele für Menschen mit Körperbehinderung stellt der „Bundesverband Selbsthilfe Körperbehinderter" in seinem kostenlosen Katalog „BSK-Urlaubsziele 2020" vor. In diesem Katalog werden betreute Gruppenreisen sowie eine große Auswahl an Individualreisen in Deutschland, Europa und Übersee angeboten.

▶ www.bsk-reisen.org

29 500 Euro für „Nicolaidis YougWings Stiftung"

Die Weihnachtsauktionen von „Thomas Müller & Friends" auf United Charity brachten Ende 2019 eine Summe von 29 500 Euro zusammen. Der Erlös kommt der Münchner „Nicolaidis YoungWings Stiftung" zugute, die Beratung und Begleitung für junge Trauernde anbietet. Versteigert wurde dabei unter anderem eine Renntaxifahrt auf dem Nürburgring, die allein 5550 Euro erbrachte.

▶ www.nicolaidis-youngwings.de

Förderprogramm „SpardaImpülsle"

Bis 6. März können sich Kindertagesstätten aus Baden-Württemberg beim Kita-Förderwettbewerb „SpardaImpülsle" bewerben. Online kann jeder über die Gewinner abstimmen. Die 150 Kitas mit den meisten Stimmen erhalten bis zu 1500 Euro. Mit „SpardaImpülsle" unterstützt die Stiftung Bildung und Soziales der Sparda-Bank Baden-Württemberg 2020 Kitaprojekte mit einer Gesamtfördersumme von 85 000 Euro.

▶ www.spardaimpuelsle.de

ÖkoFEN kooperiert mit Unicef Österreich

Das österreichische Unternehmen ÖkoFEN, ein Spezialist für Pelletheizungen, unterstützt Unicef Österreich. Damit weltweit mehr Kinder Zugang zu sauberem Wasser erhalten, spendet ÖkoFEN für jedes verkaufte Gerät ein „Sauberes-Wasser-Paket", das 5000 Wasserreinigungstabletten sowie Gefäße zur Aufbereitung enthält. Damit werden bis zu 25 000 Liter Wasser gereinigt.

▶ www.unicef.at

„Bunte Biomasse" mit ersten Erfolgen

Das Kooperationsprojekt „Bunte Biomasse – Ressource für Artenschutz und Landwirtschaft" der Veolia-Stiftung, des Deutschen Jagdverbandes e. V. und der Deutschen Wildtier-Stiftung zieht eine überaus positive Bilanz seines ersten Projektjahres: Deutschlandweit wurden 2019 bereits über 120 Hektar mehrjährige Wildpflanzenmischungen zur Biomassenutzung neu etabliert.

▶ www.deutschewildtierstiftung.de

Let's rock!

Eine Schulband für Körperbehinderte schafft Selbstvertrauen

Auch die Bayerische Landesschule für Körperbehinderte in Untergiesing hat ihre eigene Band. Diese ist aber tatsächlich etwas ganz Besonderes. Ganz klar steht auch hier die Freude am Musizieren und Singen im Vordergrund, aber noch entscheidender als das reine Freizeitvergnügen ist die Wirkung der Musik auf das Selbstbewusstsein der Akteure. Je nach körperlichen Voraussetzungen bedarf es teilweise spezieller Instrumente, die man nicht einfach von der Stange kaufen kann. So können Rollstuhlfahrer beispielsweise über ein iPad musizieren. Viele Aktionen sind aber unter anderem aus finanziellen Gründen nicht zu leisten, wie etwa eine erneute Probenfahrt in ein Schullandheim. Deshalb sucht der Förderverein beständig nach neuen Mitgliedern. Außerdem kann die Band natürlich für öffentliche Auftritte gebucht werden, unter anderem auch für Gottesdienste. Die Botschaft, die die Musiker dabei stets vermitteln, ist eindeutig einem Titel abzulesen: „Du bist okay!"

▶ www.rolligang.de

SCHWEIZER SPENDEN SPIEGEL
das Nachschlagewerk
für Testamente, Legate und Spenden
www.spendenspiegel.ch

Jetzt Eintrag buchen

Info-Material anfordern: Pfändler Annoncen + Verlags AG
Postfach 255, 8024 Zürich, info@pfaendlerannoncen.ch, www.spendenspiegel.ch

Online-Shop trifft Bauernmarkt

Fairer einkaufen, besser essen: die Marktschwärmer

Der Wunsch nach mehr Transparenz, Fairness und Nachhaltigkeit bestimmt zunehmend die Auswahl unserer Lebensmittel. Die Marktschwärmer-Idee eröffnet Erzeugern und Kunden eine neue Form des Einkaufens, indem sie beide miteinander bekannt macht.

Von FANNY SCHIEL

Marktschwärmer schafft eine direkte Verbindung zwischen den Erzeugern und Verbrauchern einer Region: Die Kunden bestellen bequem im Onlineshop ihrer Schwärmerei auf www.marktschwärmer.de. Einmal in der Woche kommen Kunden und Erzeuger für zwei Stunden in der Schwärmerei vor Ort zusammen, um die Bestellungen persönlich zu übergeben. So geht der Kunde nicht mehr zum Hofladen, sondern die Hofläden kommen zum Kunden.

Die Lebensmittel stammen ausschließlich von bäuerlichen Erzeugern, Lebensmittel-Handwerkern und kleineren Manufakturen aus der Region. Im Durchschnitt liegen zwischen Herstellungsort und Schwärmerei nicht mehr als 27 Kilometer Transportweg. Zum Sortiment gehören Obst und Gemüse, Fleisch und Wurstwaren, Brot, Honig, Käse und Molkereiprodukte sowie ausgewählte Feinkostwaren.

Online bestellen, um die Ecke abholen

Marktschwärmer erleichtert gerade kleineren Erzeugerbetrieben den Zugang zu Kunden, die Wert auf Qualität und Nachhaltigkeit in ihrem Einkaufskorb legen: Die Erzeuger bestimmen die Preise für ihre Produkte selbst – weil sie selbst am besten wissen, was ein fairer Preis für ihre Arbeit ist. Dank der Vorbestellung über den Onlineshop kann der Erzeuger exakt planen und vermeidet unnötige Kühl- und Transportkosten und die Verschwendung verderblicher Ware.

Die Marktschwärmer-Idee fördert also nachhaltiges Konsumverhalten. Sie bietet Erzeugern und Verbrauchern eine Plattform, um transparent, fair und nachhaltig miteinander handeln zu können. Der Kunde kauft direkt vom Erzeuger. Kosten für Zwischenhändler oder Marktgebühren gibt es nicht. Vom Nettoumsatz gibt der Erzeuger lediglich eine Servicegebühr in Höhe von 18,35 Prozent ab – einen Anteil davon erhält der Gastgeber seiner lokalen Schwärmerei, den anderen das Marktschwärmer-Team. 81,65 Prozent seiner Einnahmen abzüglich Steuern bleiben beim Erzeuger – um ein Vielfaches mehr als im konventionellen Einzelhandel.

Die Mitgliedschaft in einer Schwärmerei ist für Kunden flexibel: Es gibt weder Mit-

gliedsbeiträge noch Mindestumsatz oder Bestellpflicht. Am meisten schätzen Marktschwärmer-Mitglieder, dass sie die Herkunft ihrer Lebensmittel direkt nachvollziehen können. Der persönliche Kontakt mit den Erzeugern schafft Vertrauen in die Qualität der Produkte und ein gutes Gefühl der Gemeinschaft. Mit jedem Einkauf bei Marktschwärmer wird die regionale Wirtschaft gefördert.

Das Projekt wächst

Das Konzept wurde 2010 in Frankreich vom Social Start-up „La Ruche Qui Dit Oui" („Der Bienenkorb, der Ja sagt") entwickelt. Ermöglicht wird die Idee erst durch eine innovative Online-Plattform im Hintergrund, in der jahrelange Entwicklungsarbeit steckt – und viel Geld. Wie die meisten kleinen Tech-Unternehmen war auch die Muttergesellschaft zum Start auf das Kapital externer Geldgeber angewiesen. Seit 2013 agiert das Projekt nun europaweit, in Deutschland eröffnete 2014 in Berlin die erste Schwärmerei. Aktuell bieten hier mehr als 1000 regionale Erzeuger ihre Produkte über eine oder mehrere der etwa 65 Schwärmereien in neun Bundesländern zur Abholung an. Etliche weitere Schwärmereien befinden sich im Aufbau.

Selbstverwirklichung mit Sinn

Die Organisatoren hinter Marktschwärmer sind die sogenannten Gastgeber. Sie setzen mit viel Herzblut die Mission „nachhaltiger und regionaler Konsum" in die Tat um. Die Aufgaben sind abwechslungsreich – vom Finden eines geeigneten Ortes bis hin zur Einladung von Erzeugern und interessierten Marktbesuchern. Jeder kann Gastgeber werden und seine eigene Schwärmerei gründen. Neben der Organisation des Marktes an sich gilt es, das Sortiment auszuwählen und Werbung für den Nachbarschaftsmarkt zu machen. Als Gastgeber geht es auch viel um die Kommunikation mit Kunden und Erzeugern über Produkte, Neuheiten und Bedingungen in der Landwirtschaft, die auf einmal sehr nahe rücken.

Fanny Schiel hat Master-Abschlüsse in Business Administration und Innovation Management & Entrepreneurship, u. a. von der TU Berlin. Nach Aufenthalten bei Philips, Vattenfall, Telekom und Infineon tauschte sie Konzern gegen Sozialunternehmen: Als Botschafterin bei Marktschwärmer gibt sie seit drei Jahren kleinbäuerlichen Betrieben eine faire Plattform zur Direktvermarktung ihrer landwirtschaftlich erzeugten Lebensmittel.
▶ **www.marktschwaermer.de**

Spenden aus der Crowd

Die Rheumaliga Schweiz hat mit Crowddonating gute Erfahrung gemacht

Euphorische Berichte über wachsende Zahlen auf dem Crowdfunding-Markt lassen viele Fundraiser aufhorchen: Ist Crowdfunding der große Hoffnungsträger in Zeiten von sinkenden Mailingeinnahmen? Crowddonating oder Crowdsupporting, also eine Spende ohne eigentliche Gegenleistung, macht jedoch nur den kleinsten Teil des großen Crowd-Finanzierungs-Kuchens aus.

Von EVA RÖSCH

25,6 Millionen Franken wurden 2018 in der Schweiz über Crowd-Kanäle gespendet und somit sogar etwas weniger als im Vorjahr. Lohnt sich für Non-Profit-Organisationen also der Weg über die Crowd?

Rheumatische Erkrankungen, wie Arthritis oder Arthrose, können Betroffene mit kleinem Budget schnell einmal in Geldnöte bringen. Die Kosten für Therapie und Medikamente werden zwar von der Krankenkasse übernommen, aber häufig fallen Zusatzkosten für dringend nötige Umbauten oder Hilfsmittel an. In diesen Fällen springt der SOS-Fonds der Rheumaliga ein. Dieser leistet eine einmalige Unterstützung von maximal 1000 Franken beispielsweise für den Einbau einer barrierefreien Dusche oder den behindertengerechten Umbau eines Autos.

Da dieser SOS-Fonds Mitte 2019 nahezu leer war, entstand die Idee, ihn mittels einer Crowddonating-Kampagne wieder zu füllen.

Fundraising-Neuland

Obwohl dieser Kanal Neuland für uns war, sprachen dennoch einige Gründe dafür, eine Sammelaktion mittels Crowddonating zu wagen. Die emotionale Thematik und der konkrete Verwendungszweck eignen sich ideal für die Kommunikation – über den Fonds und zugleich über die Rheumaliga und ihre Dienstleistungen. Aufgrund von freien Kapazitäten im Fundraising-Team im Sommer schien dies zudem der richtige Zeitpunkt, um diesen neuen Kanal zu testen.

Sportlicher Zeitrahmen und schlankes Budget

Der Entscheid für die Durchführung der Aktion fiel im Juni. Bis zum Kampagnenstart Anfang August blieb etwas mehr als ein Monat für die Planung, was das Fundraising-Team, bestehend aus drei Personen mit 200 Stellenprozenten, zeitlich sehr in Beschlag nahm. Die Evaluation der verschiedenen Fundraising-Plattformen und der Entscheid für lokalhelden.ch erfolgten in den ersten zwei Wochen nach Projektstart. Parallel hierzu lief die Produktion des Video- und Textmaterials für Newsletter und Social

Media auf Hochtouren. Um die Kosten gering zu halten, wurden bis auf den Schnitt des Videomaterials alle Arbeiten inhouse erledigt. Die eigentliche Kampagne lief über knapp sechs Wochen und fand am 12. Oktober, dem Welt-Rheuma-Tag, ihren Abschluss.

Fokus auf Online-Kommunikation

Um einen Medienbruch zwischen online und offline zu vermeiden und auch um unsere bestehenden Mailing-Spenden nicht zu kannibalisieren, lief die Kampagne primär über Online-Kanäle, konkret die Website, Social Media (Facebook, YouTube und Instagram) und diverse Newsletter. Insgesamt konnten wir online rund 22 000 Personen direkt erreichen.

Unter dem Strich war die Kampagne ein voller Erfolg. Das Finanzierungsziel wurde sogar leicht übertroffen: Ganze 31 494 Franken wurden von insgesamt 54 Personen über die Fundraising-Plattform „Lokalhelden" gespendet.

Resultate und Learnings

Die Durchschnittsspende lag, bedingt durch zwei Großspenden, bei über 580 Franken, die Medianspende mit 100 Franken deutlich tiefer. Durch unseren Matching-Partner, eine gemeinnützige Stiftung, die alle Spenden bis 30 000 Franken verdoppelte, lag der Totalbetrag bei 61 494 Franken. Auch der RoI von über 20 (ohne internen Aufwand) kann sich durchaus sehen lassen.

Dennoch ist eine Crowddonating-Kampagne kein Selbstläufer. Herausforderungen fürs Fundraising sind die sehr tiefe Response-Rate sowie der relativ große Arbeitsaufwand. Ohne die Unterstützung einzelner Großspender sowie der Stiftung hätten wir unser Finanzierungsziel nicht erreichen können. Statt einer großen Crowd an Kleinspendern wurde der Löwenanteil unserer Kampagne durch einzelne Großspenden finanziert.

Am meisten freut es uns, dass die Rheumaliga zahlreichen Menschen in finanzieller Not wieder unter die Arme greifen kann. Einige Anträge sind bereits eingegangen und die erste Zusage für Unterstützung wurde bereits bewilligt.

Eva Rösch arbeitet als Mitarbeiterin im Bereich Fundraising/Kommunikation bei der Rheumaliga Schweiz. 2011 hat sie ihren M.A. in Sprache und Kommunikation an der Universität Basel beendet und 2018 hat sie die ZHAW-Weiterbildung zur Fundraising-Managerin abgeschlossen.
▶ **www.rheumaliga.ch**

WSAG Walter Schmid AG
DIE BESTE ADRESSE FÜR ADRESSEN

MailTec AG

Zwei Unternehmen, eine Leidenschaft:
Vom Datenmanagement bis zum fertigen Mailing alles aus einer Hand.

DATENMANAGEMENT

SPENDERADRESSEN
DIE AUSWAHL MACHT DEN UNTERSCHIED

GÖNNERSTAMM ANALYSE
FÜR MEHR TRANSPARENZ

NPO DATENBANK
FÜR EIN EFFIZIENTES DATENMANAGEMENT

ADRESSEN-SERVICE
NUR KORREKTE ADRESSEN ERREICHEN IHR ZIEL

Walter Schmid AG
Auenstrasse 10
8600 Dübendorf
wsag.ch

PRODUKTIONSMANAGEMENT

BERATUNG
PERSÖNLICH. INDIVIDUELL. LÖSUNGSORIENTIERT

PRODUKTIONSLEITUNG
MIT UNS SPAREN SIE RESSOURCEN

DIRECT MAILING
25 JAHRE ERFAHRUNG INBEGRIFFEN

GIVEAWAY
KLEINE GESCHENKE MIT GROSSER WIRKUNG

MailTec AG
Auenstrasse 10
8600 Dübendorf
mailtec.ch

On the road again

Das Projekt „Lenkpause für Körper und Seele“ hat Truckern eine Auszeit geboten

Über die hohe Zahl an LKWs auf den Autobahnen wird gern gewettert. Dabei vergisst man, wie hart, schlecht bezahlt und einsam der Job hinter dem Lenkrad oft ist. Nicht selten verbringen die Fahrer auch Wochenenden auf der Straße beziehungsweise auf einer Raststätte, weit weg von zuhause. Auf einer von diesen wird ihnen Wertschätzung entgegengebracht.

Von RICO STEHFEST

In der Arbeitnehmerseelsorge der Diözesanstelle Bodensee-Hohenzollern entstand die Idee, Fernfahrern ihren Job ein wenig zu erleichtern. Aus der Taufe gehoben hat das Projekt „Lenkpause“ der dortige Referent Gianfranco Rizzuti. Grundgedanke war, den Männern – denn nach wie vor sind es hauptsächlich Männer, die diesen Job ausüben – mit Solidarität und Unterstützung zu begegnen. Rizzuti leugnet dabei nicht, wie schwer es im April 2018 war, als er an zwei Wochenenden an der Autobahnkapelle Engen auf dem Rastplatz Hegau-West (Baden-Württemberg) stand. Die Trucker sind es nicht gewohnt, dass ihnen jemand zuhört, ihre Sorgen und Ängste ernst nimmt.

So gesehen könnte man das Angebot der Diözese fast schon als überwältigend nennen: ein Kulturprogramm, Musik, ein ökumenischer Gottesdienst, Gespräche, Informationen, medizinische Beratung und Mittagessen sind die verschiedenen Punkte, mit denen sich mehr als 50 ehrenamtlich Engagierte der Fernfahrer annahmen. Dabei übersetzten einige Freiwillige in neun Sprachen, denn viele der Fahrer kommen aus dem osteuropäischen Raum. Mit einem Shuttle-Bus wurden sogar Fahrer von umliegenden Rastplätzen abgeholt. Das Angebot für sie konnte vor allem deshalb so vielfältig gestaltet werden, weil die Beteiligten aus den unterschiedlichsten Arbeitsbereichen kamen. Ökumenische Netzwerke und Kirchengemeinden waren ebenso vertreten wie Mitglieder von Gewerkschaften und Polizei. Die Caritas und Diakonie verliehen dem Projekt 2019 den mit 10 000 Euro dotierten „innovatio-Sozialpreis“.

Nun kann zu Recht kritisiert werden, dass mit diesem Projekt die Arbeitsbedingungen der Fernfahrer nicht verbessert werden. Auch ist die Anzahl derer, die auf nur einem einzigen Rastplatz von dem Angebot Gebrauch machen können, sehr übersichtlich, wenngleich immerhin 700 Leute erreicht werden konnten. Nicht immer aber kann ein einzelnes Projekt darauf abzielen, die komplexe Lage einer einzelnen Berufsgruppe zu verbessern. Das ist hier offensichtlich auch gar nicht der Punkt. Vielmehr wird damit deutlich, dass eben nicht jeder den negativen wirtschaftlichen und sozialen Komponenten dieses Arbeitsumfelds gleichgültig gegenübersteht. Was die „Lenkpause“ in erster Linie verdeutlicht, ist eine Wertschätzung der Fahrer und deren Einsatzes. Dem Projekt und den darin Engagierten wird durch die Verleihung des „innovatio-Sozialpreises“ eine größere Aufmerksamkeit zuteil. Das ist es, was den nächsten Schritt zur Besserung ausmacht.

Die Kinderhilfe Bethlehem bindet konfessionelle Leser in Kampagnen ein

Fester Bestandteil im Marketing-Mix der KHB: Die Zeitungen der KONPRESS-Medien eG

Chefärztin Dr. Marzouqa untersucht einen kleinen Patienten. *Foto: Meinrad Schade/KHB*

Die Kinderhilfe Bethlehem (KHB) ist ein internationales, christliches Hilfswerk, das sich für Not leidende Menschen im Heiligen Land einsetzt. Neben der Finanzierung des Caritas Baby Hospitals unterstützt sie Projekte im Nahen Osten für benachteiligte Kinder, Frauen und Familien in den Bereichen Gesundheit, Soziales und Bildung.

Im Zentrum der Arbeit der KHB steht jedoch das Caritas Baby Hospital (CBH) in Bethlehem, das für Familien von rund 330 000 Kindern unter 14 Jahren das einzige ausschließlich pädiatrische Krankenhaus im gesamten Westjordanland darstellt.

Wir sind da:

- wenn sich aus ursprünglich kleinen Anfangserkrankungen wie leichten Erkältungen lebensbedrohliche Situationen (Lungenentzündungen, extreme Unterkühlungen) entwickeln.
- wenn das Leiden der Kinder chronisch ist: bei Missbildungen, Herzerkrankungen oder Organschädigungen. Selbst wenn wir trotz aller Anstrengungen nichts mehr tun können, begleiten wir unsere Kinder auf dem letzten Weg ihres viel zu kurzen Lebens.

Das CBH verfügt über eine ambulante und eine stationäre Abteilung mit insgesamt 74 Betten, darunter 9 Intensivbetten, über eine Mütterschule mit 47 Schlafplätzen für Mütter von stationär aufgenommenen Kindern, über einen Kliniksozialdienst sowie über ein Fortbildungszentrum für interne und externe Klinikmitarbeitende. Derzeit werden jährlich 53 000 Babys und Kinder ambulant und stationär behandelt. Zum Klinikkonzept gehört seit ihrer Gründung vor 67 Jahren, dass im CBH alle Kinder unabhängig ihrer wirtschaftlichen Situation oder religiösen Zugehörigkeit behandelt werden.

Da die lokale Bevölkerung weder über ein funktionierendes Krankenversicherungssystem noch über die Mittel verfügt, die medizinischen Leistungen im CBH kostendeckend bezahlen zu können, ist die Kinderklinik auf private Spenden aus Deutschland, Italien, Österreich und der Schweiz angewiesen.

Dafür richtet die Kinderhilfe Bethlehem ihr Fundraising in Deutschland insbesondere auch auf christliche Spenderinnen und Spender aus. Bereits seit vielen Jahren nutzt sie hierfür die zielgenaue und messbare KONPRESS-Beilagenschaltung in kirchlichen Zeitungen, die sich als erfolgreiches Marketinginstrument zur Neuspenderakquise erweist. **Carmen Sibbing**

So erreichen Sie werteorientierte Spender!

Als Service-Agentur für 40 Titel der evangelischen und katholischen Publizistik bietet die KONPRESS-Medien eG maßgeschneiderte Beratung und Vermittlung von Anzeigen und Beilagen an. Wöchentlich erzielen diese Publikationen eine Reichweite von rund 1,32 Millionen Leserkontakte in Deutschland. 85 Prozent der KONPRESS-Titel werden im Abonnement bezogen. Der USP der werteorientierten Leser liegt in einer überdurchschnittlich hohen Spendenbereitschaft. Weitere Details zu der interessanten Zielgruppe finden Sie in der Leserstudie unter: **https://konpress.de/studien/konpress-va**

Sprechen Sie Andreas Bauer an. Er ist Marketingleiter der KONPRESS-Medien eG und verfügt über 25 Jahre Vertriebs- und Marketing-Know-how in der Verlagsbranche.

Telefon: 0 69/2 56 29 66-13
E-Mail: andreas.bauer@konpress.de

Plastikmonster

Die riesige Skulptur wirkt wie aus einem Fantasyfilm und ist – leider – doch ganz irdisch. Das bunte Monster besteht aus recycelten Gegenständen und soll auf das große Problem von zu viel Kunststoff in der Umwelt hinweisen. Vorgestellt hat sie die spanische Stiftung „Loro Parque Fundación" zusammen mit der Universidad de La Laguna.
▶ www.loroparque.com

Auf gute Nachbarschaft

Förderung für gemeinschaftliches Engagement

Kleine zivilgesellschaftliche Initiativen können sich ab Januar für den „Förderpott. Ruhr 2020" bewerben. Unterstützt werden Ideen und Projekte von Menschen, gemeinnützigen Organisationen, Vereinen und Initiativen, die vor Ort im eigenen Stadtteil aktiv sind. Dafür stehen im ersten Jahr 100 000 Euro zur Verfügung. Initiiert wird der „Förderpott" vom Stiftungsnetzwerk Ruhr. Auf dessen Website können online Bewerbungen eingereicht werden. Das Prozedere werde dabei bewusst einfach gehalten, wie Evi Hoch, Mitglied des Lenkungskreises und Vorstand der Wilo-Foundation, erklärt. Stichtage, um die Projekte einzureichen, sind der 31. März und der 30. September. Gefördert werden nicht nur Personal- und Sachkosten, sondern auch Investitions- oder Weiterbildungskosten. Hat ein Bewerber einen positiven Bescheid erhalten, stehen ihm zwischen 500 und 5000 Euro zur Verfügung.
▶ www.stiftungsnetzwerk.ruhr

MEINE MEINUNG

„Wenn Stolperfallen aus dem Weg geräumt werden, ist das ein positives Signal."

Ein Kommentar von UTE NITZSCHE

Stellen Sie sich vor, es brennt, doch die Feuerwehr kommt nicht. Klingt zwar absurd, ist aber gar nicht mal so unwahrscheinlich, weil gerade auf dem Land viele Freiwillige Feuerwehren Nachwuchssorgen haben. Und wie ihnen geht es auch anderen sozialen Einrichtungen: Es fehlen ehrenamtliche Helfer. Deshalb ist es gut, dass die Bundesregierung jetzt die „Deutsche Stiftung für Engagement und Ehrenamt" einrichten will. Vor allem in strukturschwachen und ländlichen Räumen soll sie Serviceangebote für bürgerschaftliches Engagement anbieten und die Vernetzung vor Ort fördern sowie den Ehrenamtlichen bei der Digitalisierung helfen, wie auf der Website der Bundesregierung zu lesen ist. Denn gerade die öffentliche Hand selbst zieht sich ja aus vielen Bereichen zurück. Und auch steigender bürokratischer Aufwand, der vielen Ehrenamtlern zu schaffen macht, motiviert nicht unbedingt zusätzlich, sich für die gute Sache zu engagieren. Wenn also jetzt von höchster Stelle versucht wird, mittels der Stiftung ein paar Stolpersteine aus dem Weg zu räumen, ist das ein positives Zeichen und ein klares Signal. Dabei bleibt zu hoffen, dass die Stiftung tatsächlich wie geplant ihre Arbeit aufnehmen kann und ihre Aktivitäten Wirkung zeigen und nicht am Ende womöglich zu noch mehr Bürokratie führen. Denn nichts wäre kontraproduktiver als bloße Lippenbekenntnisse, die wir vonseiten der Politik oft genug zu hören bekommen.

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

Kurzgefasst …

Branchentreff in München

Unter dem Motto „Gemeinsam Herausforderungen meistern – von Stiftungen für Stiftungen“ findet am 12. März der 2. Münchner Stiftungstag statt. In der Katholischen Akademie treffen sich an diesem Tag rund 150 Vertreterinnen und Vertreter kleinerer und mittlerer Stiftungen aus München und Oberbayern. Neben dem fachlichen Austausch steht natürlich vor allem Netzwerken auf dem Programm.

▶ www.muenchnerstiftungstag.de

Hilfe für Indien

Die Vicente-Ferrer-Stiftung, eine der größten Stiftungen, die in Indien tätig ist, ist nun auch in Deutschland vertreten. Von Berlin aus sollen Entwicklungsprojekte im Südosten Indiens gefördert werden. Ein besonderer Schwerpunkt der Stiftungsarbeit liegt dabei auf der Stärkung von Frauenrechten sowie allgemein einer gewaltfreien und gleichberechtigten Gesellschaft.

▶ www.vfstiftung.de

Eigentum verpflichtet

Im November hat sich in Deutschland die „Stiftung Verantwortungseigentum“ gegründet. Sie setzt sich dafür ein, dass Unternehmer das Eigentum an ihren Firmen dauerhaft abtreten und es stattdessen den Mitarbeitern und der Gesellschaft übergeben. Bei der Gründung mit dabei waren unter anderen die Biomarke Alnatura, die GLS Gemeinschaftsbank und der Kondomhersteller Einhorn.

▶ www.stiftung-verantwortungseigentum.de

Ideen für Bildung ausgezeichnet

Zum zehnten Mal hat die Deloitte-Stiftung den „Hidden Movers Award“ vergeben, der Bildungsinitiativen in Deutschland prämiert, die noch unbekannt sind, aber Dinge nachhaltig bewegen können. Als innovativste Idee ausgezeichnet wurde der cloudbasierte Dienst EVE, der Sprache mithilfe künstlicher Intelligenz erkennt und in Echtzeit mit Untertiteln ausgibt. Alle weiteren Projekte und Gewinner unter

▶ www.hidden-movers.de

Spitzenforschung

Wer 2019 eine Doktorarbeit mit „magna“ oder „summa cum laude“ abgeschlossen hat, kann sich bis zum 1. März um den Deutschen Studienpreis der Körber-Stiftung bewerben. Die Fachrichtung ist egal, wichtiger ist vielmehr, dass die Arbeit von besonderer gesellschaftlicher Relevanz ist. Der Preis ist mit je 25 000 Euro für die ersten und je 5000 Euro für die zweiten Plätze dotiert.

▶ www.koerber-stiftung.de/deutscher-studienpreis

Der Osten legt nach

Immer mehr Stiftungen in den neuen Bundesländern

Seit 1990 haben sich in Ostdeutschland 1337 rechtsfähige Stiftungen bürgerlichen Rechts gegründet. Rechnet man Berlin nicht mit, existierten damit bis Ende 2018 in den neuen Bundesländern 1613 rechtsfähige Stiftungen, die sich für das Gemeinwohl einsetzen. Bis Ende Oktober 2019 waren bereits weitere 30 hinzugekommen. Diese Zahlen meldet der Bundesverband Deutscher Stiftungen. Im Gegensatz zu Westdeutschland spielten aber kapitalstarke Einzelstifter eine geringere Rolle. Von besonderer Bedeutung seien stattdessen Bürger- und Gemeinschaftsstiftungen. Bei der Anzahl der Stiftungen liegt Sachsen mit 569 vorn, gefolgt von Thüringen mit 335, Sachsen-Anhalt mit 309, Brandenburg mit 237 und Mecklenburg-Vorpommern mit 163. Zum Vergleich: In Westdeutschland gibt es derzeit 20 175 Stiftungen, hinzu kommt Berlin mit 955. Die Unterschiede sind historisch begründet und ruhen daher, dass in der DDR Stiftungen als Ausdruck zivilgesellschaftlichen Engagements unerwünscht waren.

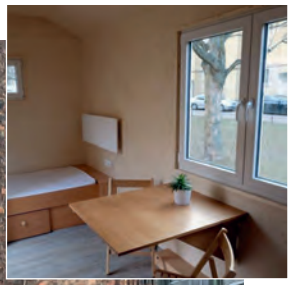
▶ www.stiftungen.org

Kleines Haus als große Hilfe

Mobile Holzhütten geben Obdachlosen eine Bleibe auf Zeit

Wenn die Temperaturen in den Minusbereich fallen, wird der Überlebenskampf für Obdachlose noch härter. Für solche Notsituationen stellt die „Dachstiftung Diakonie“ in Hannover mit den Tiny-Häusern schnell und unbürokratisch Hilfe bereit.

Von UTE NITZSCHE



Das Wort „tiny“, englisch für „winzig“, verrät es schon: Die Häuser sind nur etwa sechs Quadratmeter groß, bestehen aus nur einem Raum, sind robust, und die Wände sind ordentlich gedämmt. Ihre Einrichtung ist mit Heizung, einer Kochmöglichkeit, einem Kühl- und einem Kleiderschrank, einem Bettgestell sowie einer Dusche mit Warmwasser und einer Komposttoilette aufs Wesentliche beschränkt. Die Häuser stehen auf Rädern und können ähnlich wie ein Wohnmobil bewegt werden.

Eigentlich für Studenten gedacht

Ursprünglich waren die kleinen Unterkünfte als nur eine von vielen Wohnformen innerhalb der Angebotspalette einer Quartiersentwicklung gedacht, um zum Beispiel auch Studenten kostengünstigen Wohnraum zur Verfügung zu stellen. Doch als dann im letzten Winter ein Obdachloser erfror, stieg der Handlungsdruck. „Als diese traurige Nachricht durch die Presse ging, haben wir uns entschieden, Menschen, die auf der Straße leben, unsere drei Tiny-Häuser als Überbrückungsmaßnahme gegen den drohenden Kältetod befristet zur Verfügung zu stellen“, sagt Pastor Friedhelm Feldkamp von der „Dachstiftung Diakonie“, der das Projekt betreut.

Finanziert wird es derzeit nur in kleinem Umfang durch Spenden. Den Löwenanteil übernimmt die „Dachstiftung Diakonie“, die auch Projektträgerin ist. Ihr gehören verschiedene Gesellschaften beispielsweise der Altenpflege, der Flüchtlingshilfe und Integration, der Kinder-, Jugend- und Familienarbeit und eben auch der Wohnungslosenhilfe in Niedersachsen und Sachsen-Anhalt an. So hat die „Dachstiftung Diakonie“ zusammen mit der „Sozialen Wohnraumhilfe“ und dem „Werkheim e. V.“ auch die gemeinsam getragene Stiftung „Ein Zuhause“ gegründet, die Menschen ohne Obdach weiterreichende Perspektiven bieten will. Und auch die Tiny-Häuser werden in den Werkstätten der „Dachstiftung Diakonie“ von ehemaligen Wohnungslosen, die dort stationär untergebracht sind, gebaut. Innerhalb von vier Monaten ist ein Haus bezugsfertig. Die Kosten belaufen sich pro Haus auf rund 35 000 Euro.

Positive Resonanz

Für Friedhelm Feldkamp dürfte für die Tiny-Häuser gerne mehr Geld fließen: „Wir wünschen uns eine weitreichendere finanzielle Spendengrundlage oder Sponsoringvorhaben, um dieses Projekt auch zukünftig auf stabiler Grundlage zu halten und

Menschen, die durch die Raster des Sozialstaates fallen, in ihrer akuten Not helfen zu können." Derzeit stehen im Stadtgebiet von Hannover drei der schlichten Holzhäuschen. Eventuell sollen auch Exemplare in Braunschweig und Wolfsburg aufgestellt werden, so momentane Überlegungen. Werden die Unterkünfte von den Obdachlosen also gut angenommen? Pastor Feldkamp zieht nach einem Jahr ein überaus positives Fazit: „Die Menschen, die dieses Überbrückungsangebot nutzen, sind hochgradig dankbar für die Art der Nothilfe. Relativ sofort sind sie sichtbar äußerlich zum Guten verändert. Ein Nutzer zum Beispiel war direkt im Anschluss an eine OP aus einem hiesigen Krankenhaus entlassen worden und hätte die Rekonvaleszenzphase auf der Straße verbringen müssen. Das Tiny-Haus unterstützte den Heilungsprozess dann doch enorm."

Für eine Großstadt wie Hannover freilich können drei der mobilen Notunterkünfte nur ein Tropfen auf den heißen Stein sein. Laut einem Bericht der „Hannoverschen Allgemeinen" gibt es rund 3000 bis 4000 Wohnungslose in der niedersächsischen Landeshauptstadt.

Überbrückung einer Notsituation

Wie wird angesichts dieser hohen Zahl darüber entschieden, wer die Häuser nutzen darf? Den Überblick über die Bedürftigkeit hätten die hiesigen Träger der Wohnungslosenhilfe und der dortigen Sozialarbeit, vorab die der Stadt Hannover, wie Friedhelm Feldkamp erklärt. Diese Einrichtungen weisen dann die Personen der „Diakonie Dachstiftung" zu. Dabei wird ausdrücklich betont, dass die Tiny-Häuser kein Ersatzwohnraum sein sollen, sondern allein zur Überbrückung einer Notsituation zur Verfügung stehen. Deshalb verlieren die Bewohner auch offiziell nicht ihren Status der Obdachlosigkeit und werden weiterhin auch durch die städtische Sozialarbeit betreut. In der Regel werden sie während ihres Aufenthaltes in einem der Tiny-Häuser auch nicht mit Lebensmitteln, Kleidung oder Hygiene-Artikeln versorgt. Es gäbe allerdings manchmal „Naturalienspenden", so Friedhelm Feldkamp, die seien aber eher „zufälliger Natur".

Die Idee, die Tiny-Häuser wie eingangs erwähnt nicht nur als Notunterkünfte zu nutzen, hat Pastor Feldkamp noch nicht verworfen. „Schön wäre auch, wenn weitere Tiny-Häuser von unseren Werkstätten nach externer Planung und Vorstellung gebaut und verkauft werden könnten, eignen sie sich doch auf vorzüglichste Weise für unterschiedlichste, auch private Nutzungsmöglichkeiten." Wer Interesse hat, dürfe gerne anfragen.

▶ www.dachstiftung-diakonie.de

Deutscher Stiftungstag
17./18. Juni 2020
Leipzig

ZUSAMMEN-HALTEN!
Stiften gestaltet Zukunft

Eröffnungsempfang: 16. Juni, abends
Konferenz: 17. / 18. Juni
Ökumenischer Gottesdienst: 19. Juni

Veranstaltungsort:
Congress Center Leipzig (CCL)
Alle Infos: www.stiftungstag.org

Mit Kapitalkampagnen Zukunft schaffen

Großspenden-Fundraising für die Stiftung Louisenlund

Die Straße in Güby wird kurz vor der Ankunft immer enger, der Wald dichter. Nach einer schmalen Allee tut sich zur Rechten der einzigartige Blick auf die Schlei, den kleinen Hafen und das über 200 Jahre alte Schloss auf. Die besondere Atmosphäre und die Tradition des Ortes sind unmittelbar und beeindruckend erfahrbar. 1949 wurde die Schule gegründet. Heute gehört Louisenlund mit über 440 Schülern zu den bekanntesten Internaten Deutschlands.

Von UDO SCHNIEDERS und ANNA PUNKE-DRESEN

Um Louisenlund zu einer der führenden Schul- und Internatsmarken in Europa weiterzuentwickeln, werden umfassende pädagogische und daraus resultierende bauliche Erneuerungen realisiert. In den nächsten Jahren stehen Investitionen in Gebäude und Infrastruktur über einen höheren zweistelligen Millionenbetrag an. Ein erheblicher Anteil der Finanzierung muss über Spenden gesichert werden.

Kapitalkampagne als einzige Option

Louisenlund hatte trotz oder gerade wegen der hervorragenden Kontakte zu potenziellen Großspendern und regelmäßigen Großspenden kein systematisches Fundraising entwickelt. Angesichts der Höhe der Investitionen und der Tatsache, dass innerhalb der ersten sechs Monate drei Millionen Euro zu akquirieren waren, war eine als Projekt gesteuerte Kapitalkampagne taktisch die einzige Option.

Die Vorstandsvorsitzende der Stiftung Louisenlund, Ingeborg Prinzessin zu Schleswig-Holstein, und der Leiter Dr. Peter Rösner, verbanden mit dem Entsch s für diese Option die strategische Entscheidung, nachhaltiges Fundraising zu implementieren. Die Marke „Stiftung“ sollte durch die Kapitalkampagne bei den Geberinnen und Gebern nachhaltig positioniert werden. „Mit dem Beratungsunternehmen Schomerus haben wir in Louisenlund einen kompetenten Partner für den Aufbau unserer Kapitalkampagne gefunden. Stand Oktober 2019 haben wir bislang Spendenzusagen in einer Gesamthöhe von 3,9 Millionen Euro erhalten. Dahinter stehen etwa 100 Persönlichkeiten und Familien. Das ist ein großartiges gemeinsames Signal an uns und unsere Idee“, betont Dr. Peter Rösner.

Begegnungen von Angesicht zu Angesicht

Die Kapitalkampagne wurde durch „Schomerus – Beratung für gesellschaftliches Engagement“ begleitet und operativ unterstützt. Ziel der Kampagne ist es, 80 Prozent der Spenden in der ‚Stillen Phase‘ (1. Halbjahr 2019) durch Großspendengespräche und 20 Prozent in der ‚Öffentlichen Phase‘ (2019 bis Ende 2020) über sonstige Fundraising-Instrumente zu akquirieren. Neben der enormen Einsatzfreude, der überzeugenden Vision und der Freude an den Begegnungen der handelnden Personen sind drei Faktoren für den Erfolg der Kampagne der Stiftung entscheidend:

- die gründliche Recherche potenzieller Großspenderinnen und -spender
- das sorgfältige Training für die Akquisegespräche
- der systematische Einsatz von Telefonie bei der Termin- und Spendenakquise

Die Analyse nach den Kriterien „persönliche Verbindung“, „Identifikation mit dem Anliegen“, „finanzielle Möglichkeiten“ (LAI-Prinzip) der Netzwerke der Stiftung und der Blick auf die ehemaligen Schüler, der Alt-Louisenlunder, offenbarte sehr schnell ein enormes Potenzial. Wichtig war hier der offene und mit Blick auf die potenziellen Geber immer respektvolle Austausch über die Kontakte und persönlichen Zugänge.

Jemanden zu kennen, ist das eine, jemanden zu einer ganz konkreten Spende einzuladen, ist das andere. Genau vor dieser Herausforderung standen die involvierten Vorstandsmitglieder der Stiftung, der Alt-Louisenlunder Bund e.V. und der Leiter. Das praxisnahe Training zu persönlicher Haltung, Zielfokussierung, Ansprache-Strategie und der offene Austausch zu persönlichen Hemmungen und Vorbehalten „enthemmten" und legten die Grundlage für die persönlichen Gespräche mit den potenziellen Großspendern.

Die stille Phase der Kapitalkampagne wurde – dem Jubiläum der Stiftung geschuldet – untypisch kurz für den Zeitraum Dezember 2018 bis Juni 2019 konzipiert. Der Festakt anlässlich des 70. Geburtstags der Stiftung am 22.06.2019 war als Auftakt für die öffentliche Phase ideal; an den zweitägigen Jubiläumsfeierlichkeiten nahmen knapp 600 Menschen teil. Ein Dinner für ausgesuchte potenzielle Großspender markierte den Übergang von der stillen zur öffentlichen Phase der Kampagne. Die Erfahrungen aus den zahlreichen Gesprächen flossen in die Präsentation des Projektes und der Materialien ein.

Ermutigende Erfolge

Die strategische Entscheidung für die Kapitalkampagne hat sich als richtig erwiesen. In der stillen Phase konnten zahlreiche Ankerunterstützer gewonnen und das Zwischenziel von drei Millionen Euro übertroffen werden. „Die direkte Ansprache von potenziellen Großspendern in unserem Netzwerk hat sich für uns bewährt. Die Gespräche zeigten, wie groß die Verbundenheit mit der Stiftung Louisenlund ist", pointiert Ingeborg Prinzessin zu Schleswig-Holstein.

Udo Schnieders ist Partner bei „Schomerus – Beratung für gesellschaftliches Engagement", Diplom-Theologe, Erwachsenenbildner, Personal- und Organisationsentwickler, seit 2002 Fundraisingberater für zahlreiche kirchliche Organisationen (2007–2018 Leiter der Stabsstelle bzw. Referat Fundraising des Erzbischöflichen Ordinariats Freiburg) und Experte für Kapitalkampagnen.

Dr. Anna Punke-Dresen ist Beraterin bei „Schomerus – Beratung für gesellschaftliches Engagement" und unter anderem für Kapitalkampagnen zuständig. Davor war sie über zehn Jahre in verschiedenen Funktionen im gemeinnützigen Sektor und im Stiftungsbereich tätig. Zudem ist sie Gründerin und in der Leitung des „Kreises Junge Menschen und Stiftungen".
▶ www.schomerus.eu

Nachhaltigkeit als Chance

Unternehmenskooperationen: Die Heinz-Sielmann-Stiftung ist wirtschaftlich engagiert

Dienstleistungen, Unternehmenskooperationen oder CSR-Partnerschaften versprechen neue Finanzierungsmöglichkeiten für unternehmerisch tätige Stiftungen. Dabei kommt es auf Transparenz, Glaubwürdigkeit und Experten-Know-how an. Die Heinz-Sielmann-Stiftung zeigt, dass eine Ausrichtung an den 17 Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen neue Chancen eröffnet.

Von MICHAEL BEIER

Die Heinz-Sielmann-Stiftung erhält seit über 25 Jahren bundesweit mit ihren Naturlandschaften, Biotopverbünden und Naturschutzprojekten die biologische Vielfalt als Lebensgrundlage. In den letzten Jahren entwickelte sich die Stiftung, die vom Ehepaar Prof. Heinz Sielmann und seiner Frau Inge 1994 gegründet wurde, grundlegend weiter, denn auch Stiftungen müssen sich den Herausforderungen der globalisierten Welt stellen. So wurden Managementtools wie CSR-Guidelines, Compliance-Richtlinien und Selbstverpflichtungen zur Transparenz eingeführt. Leitbilder und Regelwerke der Stiftung orientieren sich an den 17 Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen. Freiwillige Nachhaltigkeitsberichte nach dem Standard der Global-Reporting-Initiative machen die Wirkung der Maßnahmen prüfbar. Diese Transparenz macht die Heinz-Sielmann-Stiftung zu einem verlässlichen und vertrauenswürdigen Partner. Es entstanden Partnerschaften mit Unternehmen im Bereich CSR, und auch die stiftungseigenen Dienstleistungsangebote konnten weiterentwickelt werden.

Das zeigt, dass sich die Investition in das Erfüllen der Richtlinien gemäß der Global-Reporting-Initiative lohnt, weil damit interne Prozesse geprüft werden und eine Haltung zu den Nachhaltigen Entwicklungszielen aufgebaut werden kann. Das schafft Augenhöhe zu Unternehmen, die ihrerseits Nachhaltigkeit als wesentlichen Aspekt ihrer Tätigkeiten betrachten. Durch das Entstehen einer Zusammenarbeit tragen jene Unternehmen zum wirtschaftlichen Engagement von Stiftungen bei.

Unternehmensberatung als Kooperation

Diese Dienstleistungen haben den gleichen Stellenwert wie das Fundraising. Sie umfassen die Bereiche ökologische Bauberatung, Biodiversität in der Lieferkette und auf Firmengeländen sowie Bildung für nachhaltige Entwicklung. Als erfolgreiches Beispiel sei die Kooperation mit dem Discounter Lidl zu nennen. Die Stiftung berät das Unternehmen zur Förderung der biologischen Vielfalt auf den Flächen seiner Logistikzentren. Ergänzt wurde der praktische Teil durch eine Machbarkeitsstudie zur

ökologischen Gestaltung standardisierter Filialneubauten. Ziel ist es, die Filialen mit einem Zertifikat für nachhaltiges Bauen auszeichnen zu lassen. Lidl ist ebenfalls Partner in Sielmanns Biotopverbund Nordost-Bayern. Im Rahmen der Zusammenarbeit hat die Heinz-Sielmann-Stiftung ein Maßnahmenpaket entwickelt, aus dem Landwirte auswählen können, um mehr Raum für Artenvielfalt zu schaffen. Die Stiftung berät auch zu den Maßnahmen und kontrolliert die Umsetzung. Entscheidend ist dabei, dass zwischen Sponsoring und Beratung genau getrennt wird. Das eine bedingt nicht das andere. Verantwortlich sind dafür bei der Sielmann-Stiftung interne Projekt-Mitarbeiter in interdisziplinären Teams, die bereichsübergreifend arbeiten und somit im unternehmerischen Teil der Stiftung angesiedelt sind.

Wissensvermittlung im Austausch

Ebenfalls engagieren können sich die Mitarbeiter deutscher Coca-Cola-Standorte. Das Unternehmen bietet seinen Angestellten an, sich für gemeinnützige Ziele einzusetzen. Dazu besteht ein Kooperationsprojekt mit der Heinz-Sielmann-Stiftung. Experten vermitteln den Mitarbeitern Wissen über das Leben der heimischen Wildbienen. In einem praktischen Teil wird dann gemeinsam ein großes Insektenhotel in der Nähe des Produktionsstandortes gebaut und aufgestellt. Im Sinne der Bildung für nachhaltige Entwicklung werden die Teilnehmer so zum eigenverantwortlichen Handeln für den Schutz der biologischen Vielfalt befähigt.

Motoren für zukunftsfähige Entwicklung

Weitere Partner der Heinz-Sielmann-Stiftung sind Volkswagen-Immobilien, Porsche und die Deutsche Bahn. Auch der Hersteller von Schreib- und Kreativprodukten Staedtler aus Nürnberg gehört zum Kundenkreis, der sich für die naturnahe Gestaltung der Werksstandorte von der Stiftung beraten lässt. Nachhaltige Entwicklung und Klimaschutz sind Motoren für zukunftsfähige Entwicklungen. Die Stiftung macht Unternehmen das konkrete Angebot, sie bei der Umsetzung der jeweiligen Nachhaltigen Entwicklungsziele zu unterstützen. So kann man den globalen Risiken Klimawandel und Verlust der biologischen Vielfalt gemeinsam entgegentreten. ◘

Michael Beier ist seit 2012 Geschäftsführender Vorstand und seit 2018 Vorstandsvorsitzender der Heinz-Sielmann-Stiftung. Er ist Fundraising-Manager, Stiftungsberater und Stiftungsmanager (DSA), Compliance-Auditor (TÜV) und Testamentsvollstrecker (EBS). Zuvor war er als Alumnibeauftragter der „Stiftung Universität Hildesheim" tätig.
▶ www.sielmann-stiftung.de

Frühbucher-preis bis 2.3.2020

Seminar

24. März 2020 | ESV-Akademie Berlin

Erbschaftsfundraising in und für Stiftungen

Legate erfolgreich gewinnen und professionell abwickeln

Erbschaftsfundraising ist für alle gemeinnützigen, mildtätigen und kirchlichen Organisationen, insbesondere Stiftungen, die „**Königsdisziplin des Fundraisings**". Neben den – nicht nur – finanziellen Möglichkeiten sind gerade bei der Akquise und der nachfolgenden Abwicklung von Nachlässen eine **Vielzahl von sowohl rechtlichen und steuerlichen als auch ethischen Aspekten** zu beachten.

Stimmen zur Veranstaltung:

»Sehr gelungen in Themen- und Referentenauswahl! Viele Detailhinweise für die tägliche Arbeit!«
Dieter Uitz, Stadt Augsburg, Wohnungs-und Stiftungsamt

»Unbedingt teilnehmen. Gilt für alle Verantwortlichen in Stiftungen, und für alle, die Stiftungen beraten.«
Thomas Pass, BPM Berlin Portfolio Management

Weitere Informationen und Anmeldung:

www.ESV-Akademie.de/Erbschaft

Sponsor:
BPM Berlin Portfolio Management
Berlins erste Adresse für bankenunabhängige Vermögensverwaltung

Medienpartner:
Stiftung & Sponsoring

ESV AKADEMIE

Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG · ESV-Akademie · Genthiner Straße 30 G · D-10785 Berlin
www.ESV-Akademie.de · Tel. (030) 25 00 85-853/856 · info@ESV-Akademie.de

Neue Aufgaben rund ums Fundraising

Entscheiderin für stiftungsmarktplatz.eu

Die NPO-Experten-Plattform *stiftungsmarktplatz.eu* verstärkt ihr Team mit **Bettina Model**, der früheren Geschäftsführerin der Kinderrheuma-Stiftung. Mit ihrer Erfahrung als Stiftungsentscheiderin soll sie dabei unterstützen, das Profil der Plattform zu schärfen und in der Zielgruppe der Stiftungen, Vereine und NGOs noch breiter und tiefer verortet zu sein. Bettina Model, die mit ihrem „BM Communication" auch in der Kommunikationsberatung für Wirtschaftsunternehmen und Stiftungen aktiv ist, gilt als profunde Kennerin stifterischer Praxis – dies untermauert auch ihre aktuelle Tätigkeit als Vorständin bei der Deutschen Palliativ-Stiftung. Gleichzeitig gibt *stiftungsmarktplatz.eu* bekannt, eine Förderzusage im Rahmen des Förderprogramms „Digitalbonus" erhalten zu haben.

Sie wollen ein eigenes Magazin machen?

– Print und/oder Online –

Wir unterstützen Sie mit praktischem und handwerklichem Know-how in den Bereichen: **Idee, Text, Bild, Layout, Produktion, Vertrieb, Leserbindung – bis hin zur Erfolgskontrolle.**

Zwanzig Jahre Erfahrung auf dem Gebiet der Kunden-/Mitgliedermagazine bringen wir mit. Ein sicheres Gespür für die Erfordernisse im Non-Profit-Sektor haben wir ebenfalls.

Sie steuern Ihre Vision bei, und gemeinsam entwickeln und produzieren wir Ihr Magazin.

Übrigens: Eine unserer Referenzen halten Sie gerade in der Hand.

MediaVista KG
www.mediavista.de
Die Macher des Fundraiser-Magazins

EFA-Präsident zurückgetreten

Gosse Bosma (Foto) ist im November 2019 nach dreijähriger Tätigkeit von seinem Amt als Präsident der European Fundraising Association zurückgetreten. **Eduard Mačrek**, ehemaliger Vize-Präsident und Mitgründer und Leiter des Slovak Fundraising Centre, hat die Präsidentschaft interimistisch übernommen. Bosma geht damit einen neuen Karriereschritt und wird zukünftig als Berater in öffentlichen Angelegenheiten für die niederländische Consulting-Agentur Schinkelshoek & Verhoog tätig sein.

Geschäftsführerin SwissFoundations

Der Vorstand von SwissFoundations hat **Franziska Juch** zur neuen Geschäftsführerin gewählt. Die Betriebswirtin, die seit 2017 das Fundraising der „Stiftung Kinderdorf Pestalozzi" leitet, verfügt über ausgewiesene Management- und Führungserfahrungen sowie ein breit gefächertes Netzwerk im Stiftungs- und Philanthropiewesen. Franziska Juch tritt Ende Juni 2020 die Nachfolge von Beate Eckhardt an. Juch war zuvor als Senior Relationship Manager bei der ETH Zurich Foundation tätig.

Neuer NABU-Präsident

Jörg-Andreas Krüger ist neuer NABU-Präsident. Er folgt damit auf Olaf Tschimpke, der nach 16 Jahren nicht erneut für das Amt kandidiert hatte. Jörg-Andreas Krüger war die vergangenen sechs Jahre beim WWF tätig, zuletzt in der Position als Geschäftsführer „Ökologischer Fußabdruck". Von 2004 bis 2013 war Krüger Fachbereichsleiter für Naturschutz- und Umweltpolitik im NABU-Bundesverband, seit 2010 zusätzlich in der Funktion als stellvertretender Bundesgeschäftsführer.

Neue Kuratoriumsvorsitzende der „START-Stiftung“

Julia Klier, Juniorprofessorin an der Universität Regensburg und Partnerin bei McKinsey & Company, ist neue Kuratoriumsvorsitzende der „START-Stiftung“. Sie studierte an der TU München und an der Universität Augsburg Finanz- und Informationsmanagement. Anschließend promovierte sie im Bereich digitaler sozialer Technologien. Bevor sie zu McKinsey kam, hatte sie unterschiedliche Positionen inne, unter anderem bei IBM in Zürich und bei Siemens in Singapur.

Neues Vorstandsressort bei der Bürgerstiftung Hannover

Die Niedrigzinslage ist auch für die Bürgerstiftung Hannover eine Herausforderung. Damit weiterhin breit aufgestellte Projekt- und Förderarbeit geleistet werden kann, ist professionelles Fundraising erforderlich. Daher wurde im ehrenamtlichen Vorstand das Ressort Fundraising und Öffentlichkeitsarbeit eingerichtet. Seit September 2019 hat **Ingrid Alken** (vormals Fundraising-Akademie) den Bereich übernommen. Als Hannoveranerin kennt sie die Bürgerstiftung Hannover seit vielen Jahren.

Abschied vom Bundesverband Deutscher Stifungen

Der Generalsekretär des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen, **Felix Oldenburg**, wird im März 2020 die operative Verantwortung der Verbandsleitung abgeben. Bis dahin will der Vorstand des Stiftungsverbandes das Amt neu besetzen. Oldenburg, der auch Vorsitzender des europäischen Stiftungsnetzwerkes Dafne ist, werde sich künftig der Mobilisierung privater Vermögen und der Zukunft des Stiftens sowie der Interessenvertretung in Europa widmen.

Präsident des Deutschen Kinderhilfswerkes wiedergewählt

Thomas Krüger ist auf der Mitgliederversammlung des Deutschen Kinderhilfswerkes als Präsident der Kinderrechtsorganisation im Amt bestätigt worden. Der 60-Jährige steht seit 1995 an der Spitze des Deutschen Kinderhilfswerkes. „Die deutsche Gesellschaft blendet weiterhin an vielen Stellen Kinderinteressen aus. Deshalb werden wir uns weiterhin konsequent für die Kinderrechte in Deutschland einsetzen. Dazu gehört auch die Verankerung von Kinderrechten im Grundgesetz“, so Krüger.

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

oneFIT® NGO
Die Software für Vereine, Verbände und Stiftungen

Alles was Fundraiser benötigen

- Adressmanagement
- Mitgliederverwaltung
- Beitragsabrechnung
- Spendenbuchhaltung
- Spendenaufrufe
- Legatverwaltung
- Bußgeldmanagement
- Gremienverwaltung
- Veranstaltungsmanagement
- Kampagnensteuerung
- Analyse- & Auswertungstools

EC Consulting GmbH | Meerbuscher Straße 64-78, Alte Seilerei, Haus Nr. 6 | 40670 Meerbusch
Tel.: + 49 (0) 2159 81532 - 0 | www.business-central-akademie.de | www.ngosoftware.de

Verstärkung für „Kinder in Not“-Team

Seit November ist das Team der Aktionsgruppe „Kinder in Not“ um ein Gesicht reicher: **Verena Batchelor** ist seitdem für Marketing, Presse und Kommunikation verantwortlich. Sie bringt umfassende Erfahrungen im Bereich Kommunikation mit. Nach ihrem Studium arbeitete sie in England als Filmproduzentin und im Anschluss für einige Jahre als Account-Direktorin in einer Werbe- und Marketingagentur. Seit November 2019 ist Batchelor wieder im Rheinland und Mitarbeiterin bei der Aktionsgruppe. „Meine Erfahrung im Marketing mit solch einer Herzensangelegenheit zu verbinden ist ein Traum – das Team hier hat mich wahnsinnig lieb empfangen. Die herausragende Arbeit der Aktionsgruppe nach außen zu kommunizieren, darauf freue ich mich ganz besonders!“

Genervt von Monstern und Co?

Fundraising-Jobs gibt es hier:

In der Online-Stellenbörse des Fundraiser-Magazins finden Sie zielgenau Ihre neuen Mitarbeiter/innen oder auch Ihren neuen Traumjob in gemeinnützigen Einrichtungen. Dieser Service ist für alle kostenlos!

www.fundraising-jobs.de

Ein Service vom Fundraiser magazin
Fachlektüre, die Spaß macht

Neue Leitung für ifunds germany

Der Software-Anbieter „ifunds group international“ hat zum 15. November 2019 **Klaus Falk Schenkel** mit der Leitung der „ifunds germany“ betraut. In den letzten 25 Jahren hat er in den Bereichen Controlling und IT komplexe Aufgaben gelöst und europaweit Teams geführt, die hochmotiviert, kundenorientiert, kreativ und mit Leidenschaft Projekte durchgeführt haben. Jetzt freut er sich auf die Arbeit mit dem in den Bereichen Fundraising/CRM-Software und -Services erfahrenen Team der „ifunds germany“.

Verstärkung für Norbert-Janssen-Stiftung

Sabine Wohlleben ist das neue Gesicht im ehrenamtlichen Team der Norbert-Janssen-Stiftung. Als freigestellte Betriebsrätin eines großen deutschen Halbleiterherstellers beriet sie Beschäftigte und unterstützte sie bei der Durchsetzung ihrer Interessen und in ihrer beruflichen Entwicklung. Dabei war es ihr immer wichtig, Talente zu entdecken und zu fördern. Genau diese Erfahrungen möchte sie nun in der Norbert-Janssen-Stiftung für Stipendiumbewerber einsetzen.

Wechsel bei der „Stiftung Pfennigparade“

Wolfgang J. Schreiter verantwortet zukünftig das Fundraising der „Stiftung Pfennigparade“ in München. Neben der Weiterentwicklung der Fundraising-Strategie gehören das Geldauflagen- und Erbschaftsmarketing, das Online-Fundraising und die Drittmittelakquise zu seinen Aufgaben. Vor 18 Jahren war er erstmalig im Fundraising unterwegs und engagiert sich seitdem international für Menschen in Not, in einem der größten bayerischen Wohlfahrtsverbände und zuletzt für Menschen mit Handicap.

Neuer Vorsitzender des Stiftungsrats der Deutschen Krebshilfe

Der langjährige Vorsitzende des Stiftungsrates der Deutschen Krebshilfe, Hans-Peter Krämer, übergab im Dezember 2019 das Amt an seinen Nachfolger Dr. **Joachim Faber**. Der Aufsichtsratsvorsitzende der Deutschen Börse gehörte bisher bereits dem Stiftungsrat an. 2009 wurde Faber Mitglied des Aufsichtsrats der Deutschen Börse, seit Mai 2012 ist er Aufsichtsratsvorsitzender. Seit 2004 unterstützt er die Deutsche Krebshilfe in verschiedenen Gremien ehrenamtlich. Seit 2015 ist er Mitglied des Stiftungsrats.

Rechtsanwälte Winheller verstärken Non-Profit-Recht

Anfang des Jahres 2020 wechselte Dr. **Thomas Dehesselles** von „Sonntag & Partner" zur Rechtsanwaltsgesellschaft Winheller. Er ist Fachanwalt für Steuerrecht sowie einer der deutschlandweit führenden Experten für Sportrecht, insbesondere für die gesellschafts- und steuerrechtliche Beratung. Winheller zählt im Bereich No-Profit-Recht zu den führenden Kanzleien in Deutschland und bietet Rechts- und Steuerberatung für Non-Profit-Organisationen und den öffentlichen Sektor.

Haben Sie Neuigkeiten?

Sie haben eine neue Aufgabe übernommen oder begrüßen eine **neue Kollegin** oder einen **neuen Kollegen** in Ihrem Team? Lassen Sie es uns wissen! Wer, woher, wohin? Das interessiert unsere Leser und die gesamte Branche. Schicken Sie uns Ihre personellen Neuigkeiten inklusive eines druckfähigen Fotos bitte an *koepfe@fundraiser-magazin.de*

vanacken
Fundraising

… eine tolle Chance!

Fundraising für Kleine und Große!

- Fundraising-Analysen
- die richtigen Neuspender finden und binden
- Hauslist-Spender entwickeln
- Ehemalige Spender reaktivieren
- Großspenden, Stiftungen, Unternehmen

Vereinbaren Sie ein kostenloses Gespräch zum Kennenlernen.

van Acken – mehr als nur eine Agentur:

- Fundraising seit 1970
- Erfolgskonzepte für kleine und große Organisationen
- Flexibilität ohne vertragliche Bindung
- Sofort starten und das Know-how eines großen Teams nutzen

Begleitung und Umsetzung durch Profis.

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

Fundraising-Expertise

Zuwachs für NPO-Software-Anbieter

Die Ambit Group ist der Schweizer Microsoft-Dynamics-365-Partner, der alle cloudbasierten App-Disziplinen aus einer Hand liefert (CRM und ERP). In der Rolle als „Digital Business Enabler" begleitet das Unternehmen auch Non-Profit-Organisationen in der Digitalen Transformation. Mit **Helga Schneider**, Leiterin des neuen „Ambit Center of Excellence Nonprofit Organisationen" für die DACH-Region, konnte eine erfahrene Fachverantwortliche gewonnen werden. Helga Schneider war Leiterin des Fundraising-Instituts und ehemalige Geschäftsführerin der „ifunds germany GmbH". Sie bringt langjährige Erfahrung in der Entwicklung und Implementierung branchenspezifischer Softwarelösungen für den Sozialmarkt mit. In ihrer Tätigkeit als Beraterin und Referentin im Fundraising zeigt sie ihr fachlich fundiertes Wissen, das immer auf den Kern des data-driven Fundraisings/Marketings reflektiert. Helga Schneider leitet und koordiniert das Team aus Köln mit zusätzlichen Mitarbeitern an den Standorten Berlin und Winterthur.

▶ https://ambit-group.com

Aus dem Fundraising-Alltag …

„Seit ich das 10er-Abo für mein Team habe, ist auch der Umlauf-Stress bei uns weg, und wir alle haben mehr Zeit zum Schmökern und zur Wissensanreicherung."

Katja Deckert
Leiterin Fundraising NABU, Berlin

Sei wie Katja und bestelle noch heute das praktische Orga-Abo* für dein Team!

www.abo.fundraiser-magazin.de

*Mehrere Fundraiser-Magazine (als Paket oder einzeln verpackt) für deine Organisation – pünktlich am Erscheinungstag und garantiert ohne Umlauf-Stress. Das alles zum günstigen Kombi-Preis. Eben Fachlektüre, die Spaß macht!

Kurzgefasst …

CDU setzt auf GRÜN-Software

Die „GRÜN Software AG" unterstützt die CDU bei der Digitalisierung ihrer Prozesse. Hierzu wird „GRÜN eVEWA" als onlinebasierte Branchensoftware bei Deutschlands stärkster politischer Partei implementiert. Das Branchen-ERP-System unterstützt bei der CDU neben der Adress-, Mitglieder- und Beitragsverwaltung die Bereiche Spendenmanagement, Veranstaltungsmanagement, Zahlungsmanagement, Bürgeranfragen und Delegiertenwesen.

▶ www.gruen.net

Quickmail wirbt für freie Auswahl im Postmarkt

Mit der Frage „Liebe Parlamentarier, warum dürfen wir in der Schweiz die Farbe unseres Briefkastens frei wählen, nicht aber den Briefdienstleister?" machte Quickmail auf mehreren Plakaten in Bern darauf aufmerksam, dass die Schweiz inzwischen das letzte Land in Europa ist, das noch ein Briefmonopol kennt, und fordert das Parlament auf: „Zeit, um modern zu werden!".

▶ www.quickmail-ag.ch

Spenden statt entsorgen!

In einer gemeinsamen Initiative fordern die gemeinnützige „innatura Sachspendenvermittlung" GmbH und der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel e. V. (bevh) die Abschaffung der Umsatzsteuerpflicht auf Sachspenden. Diese stellt eine massive Hürde für Unternehmen dar, überschüssige Produkte oder retournierte gebrauchsfähige Waren aus dem Onlinehandel an gemeinnützige Einrichtungen zu spenden.

▶ www.innatura.org

Hälfte der Deutschen spart zu wenig

Finanzielle Sicherheit besitzt für die meisten Deutschen weiterhin eine sehr große Bedeutung. Dennoch sparen rund die Hälfte aller Deutschen nach eigener Aussage zu wenig, sagt eine Studie von

▶ www.weltsparen.de

QR-Rechnung wird in der Schweiz eingeführt

Per 30. Juni 2020 wird in der Schweiz die QR-Rechnung definitiv eingeführt. Die Übergangsfrist, in der auch die klassischen Einzahlungsscheine noch eingesetzt werden dürfen, ist nicht festgelegt. „Wir empfehlen NPO grundsätzlich, die ersten Erfahrungen abzuwarten, bevor sie selbst die neue Rechnungsform einsetzen. Gleichzeitig bereitet eine Arbeitsgruppe Empfehlungen zum Umgang mit den Vorschriften vor, die voraussichtlich im Frühjahr 2020 vorliegen werden", kommentiert der Schweizer Fundraisingverband.

▶ https://swissfundraising.org

Beethoven-Game: Folge der Musik

Westdeutscher Rundfunk launcht Smartphone-Game zum Beethoven-Jahr

Zum 250. Geburtstag des Komponisten bringt der Westdeutsche Rundfunk (WDR) die Musik und das Leben Ludwig van Beethovens mit einer neuen App aufs Handy. Mit dem Game „Beethoven – Folge der Musik" können User auf neue Weise in die Musik eintauchen und sie spielerisch erleben.

Für das Spiel wird die Vorderkamera des Smartphones oder Tablets genutzt. Die User sehen ihre reale Umgebung und müssen mit einem Punkt auf dem Display einer dynamischen Linie, die zur Musik passt, folgen. Bleibt der Spieler im Takt, wird das Bild auf dem Display durch Blumen, Vögel und Schmetterlinge ergänzt. Kurze Texte erläutern die Essenz von Beethovens Werk und was ihn weltberühmt gemacht hat. „Zuallererst soll das Spiel Spaß machen", erläutert Wolfram Kähler, stellvertretender Programmchef von WDR 3 und verantwortlich für das Beethoven-Game. „Wer es spielt, lernt automatisch die Musik von Beethoven kennen." Insgesamt umfasst das Spiel fünf verschiedene Levels, die durchgespielt werden können. Der Schwierigkeitsgrad nimmt dabei zu. Die Musikaufnahmen stammen alle aus WDR-Produktionen, unter anderem ist das WDR-Sinfonieorchester zu hören.

„Beethoven – Folge der Musik" ist gemeinsam mit Studierenden des „Cologne Game Labs", einem Institut für Spieleentwicklung der TH Köln, und dem Kölner Spiele-Start-up „Massive Miniteam" entstanden. Die Ursprungsidee wurde im Rahmen eines Game Jams innerhalb eines Wochenendes von den Studierenden entwickelt und dann vom WDR zur Produktion beauftragt. Die kostenlose App für Android und iOS ist weltweit in deutscher und englischer Sprache verfügbar.

▶ www.beethoven-game.wdr.de

EUROFORUM JAHRESTAGUNG | 6. und 7. Februar 2020, Köln

DIE NON-PROFIT-ORGANISATION 2020

Der Jahrestreff für Experten im Gemeinnützigkeitsrecht

VORSITZ

Prof. Dr. Rainer Hüttemann
Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn

Prof. Dr. Stephan Schauhoff
Flick Gocke Schaumburg

INFORMIEREN UND ANMELDEN

+49 211 88743-3867
www.npo-tagung.de
#npo20

euroforum

PLZ-BEREICH 0

Mit unserem
Know-how
finden auch Sie
Spender und
Sponsoren!

€ SPENDENAGENTUR

Spendenagentur
Fundraising | Marketing | Public Relations
Die Spendenagentur hilft bei der Gründung der Organisation und dem Aufbau des Fundraisings, unterstützt Sie bei der konzeptionellen Arbeit, bildet Ihr Personal oder Ihre ehrenamtlichen Fundraiser weiter und organisiert Ihre Fundraising-Events. Vereinbaren Sie einfach ein kostenfreies Beratungsgespräch.

Altlockwitz 19 · 01257 Dresden
Telefon: +49 (0)351 87627-60
Telefax: +49 (0)351 87627-79
kontakt@spendenagentur.de
www.spendenagentur.de

MediaVista KG
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 KG
Agentur für Medien, Public Relations & Werbung
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Spendenbriefe richtig schreiben
- Sponsoren erfolgreich ansprechen
- Corporate Design
- Entwicklung Ihres Leitbildes
- Ganzheitliche Kommunikation
- Zeitschriften, Newsletter, Internet

Damit Ihre Spender und Sponsoren Sie richtig verstehen.

Altlockwitz 19 · 01257 Dresden
Telefon: +49 (0)351 87627-10
Telefax: +49 (0)351 87627-99
kontakt@mediavista.de | www.mediavista.de

PLZ-BEREICH 1

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 Hamburg und Köln.

Kurfürstendamm 171–172 · 10707 Berlin
Telefon: +49 (0)30 8871740
Telefax: +49 (0)30 88717422
direct.berlin@directpunkt.de
www.directpunkt.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.

Karl-Liebknecht-Straße 34 · 10178 Berlin
Telefon: +49 (0)1512 5369083
crowd@ikosom.de | http://crowd.ikosom.de

dialog4good GmbH
„Wir verstehen Dialog"
Aus der Deutscher Spendenhilfsdienst Berlin GmbH wird dialog4good GmbH. Als dialog4good GmbH erweitern wir unser bewährtes Angebotsportfolio um die digitalen Kommunikationskanäle. Künftig bieten wir Ihnen:
- Durchführung von Inbound- und Outboundtelefonkampagnen
- Beratung und Telefonschulungen
- Chat-Service
- E-Mail-Service
- Kommunikation über Messengerdienste
- Co-Browsing

Boxhagener Straße 119 · 10245 Berlin
Telefon: +49 (0)30 232553000
Telefax: +49 (0)30 232553020
mail@dialog4good.de | www.dialog4good.de

Lars Müllenhaupt
Digitales Marketing und Fundraising
Ich entwickle mit Ihnen eine digitale Marketing Strategie und unterstütze Sie bis in die operative Umsetzung.
- digital Strategie (Workshops + Beratung)
- Online-Kampagnen
- Google Ads (Grants + Paid)
- Social Media (FB + IG)
- Newsletter
- Analytics
- Webseiten
- datenbasiert

Mein Erfolg ist messbar. Vereinbaren Sie ein kostenloses Erstgespräch.

Jungstraße 4 · 10247 Berlin
Telefon: +49 (0)176 10010404
mail@lars-muellenhaupt.de
www.lars-muellenhaupt.de

Hahn Kommunikation & Fundraising
Geldauflagenmarketing, Direktmarketing, Fundraisingberatung
Gemeinsam Potenziale entdecken!

Geldauflagenmarketing
- Adressvermietung
- Administration
- Produktion
- Konzept

Direktmarketing
- Ausschreibungen
- Abwicklung / Produktion / Kreation
- Mailingstrategie

Fundraisingberatung
- Prozesse / Strukturen
- Instrumente
- Strategische Planung

Rodenbergstraße 17 · 10439 Berlin
Telefon: +49 (0)160 5029484
hahn-kuf@posteo.de | www.hahn-kuf.de

Socialminds
Wir sind Socialminds und wir liefern Ergebnisse. Mit ansprechenden Kampagnen und fundierten Datenanalysen helfen wir Non-Profit-Organisationen, mehr und bessere Spender zu gewinnen. Wir ermuntern die Menschen aktiv zu werden. Wir sorgen für mehr Spenden und bauen wertvolle Beziehungen auf.

Rosenfelder Straße 15–16 · 10315 Berlin
Telefon: +49 (0)30 30809649
info@socialminds.de | https://socialminds.de

FRC Spenden Manufaktur GmbH
Die FRC Spenden Manufaktur bietet hochwertige telefonische Spendenwerbung für gemeinnützige Organisationen an. Unser Angebot umfasst alle Aspekte der Spenderbetreuung, Reaktivierung, Dauerspendergewinnung und Spendenerhöhung. Unsere maßgeschneiderten Kampagnen bieten eine optimale Kostenkontrolle bei vollständiger Transparenz und Erfolgsgarantie.

Alt-Moabit 89 · 10559 Berlin
Telefon: +49 (0)30 270008310
Telefax: +49 (0)30 270008399
h.menze@spenden-manufaktur.de
www.spenden-manufaktur.de

probono berlin GmbH
probono berlin unterstützt Akteure des gesellschaftlichen Wandels – gemeinnützige Organisationen und Unternehmen, die sich zum Wohle der Gesellschaft engagieren.
Wir kommunizieren gesellschaftliche Themen und beraten in den Bereichen Fundraising-Strategie, Organisationsentwicklung, Markenkommunikation und CSR.

Adlergestell 129 · 12439 Berlin
Telefon: +49 (0)30 67805000
Telefax: +49 (0)30 6780500-10
www.probono-berlin.de
info@probono-berlin.de
blog.probono-berlin.de

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

Brandenburgische Straße 10 · 10713 Berlin
Telefon: +49 (30) 577076850
Telefax: +49 (30) 577076859
marketing@ibv.eu | www.ibv-solutions.com/de

GRÜN spendino
Ihr Partner für Online-Fundraising, Social-Media- und SMS-Fundraising. Mehr Spenden! Weniger Arbeit.
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

Liebenwalder Straße 11 · 13347 Berlin
Telefon: +49 (0)800 0044533
Telefax: +49 (0)30 45025657
info@spendino.de
www.gruen.net/spendino

AKB Fundraisingberatung
Arne Kasten
Passgenaues Fundraisingmanagement
Strategische Planung, integriertes Fundraising, Planungssupervison, Budgetplanung, Controlling, Qualitätsprüfung, Individualisierte Methodenentwicklung, Potentialanalysen, Konzeptentwicklung, Reorganisation von Fundraising-Strukturen, Optimierung der Spendenverwaltung

Rohrbachstraße 11 · 12307 Berlin
Telefon: +49 (0)30 70782840
Telefax: +49 (0)30 70073299
info@akb-fundraising.de | www.akb-fundraising.de

twingle GmbH
Mit twingle gelingt Ihr Online-Fundraising! Denn twingle ist die Spendenlösung, die Spenden endlich einfach macht – ob auf der eigenen Webseite, mobil auf dem Smartphone oder direkt vor Ort. Starten Sie jetzt: Ohne Grundgebühr, ohne Einrichtungskosten – und mit persönlicher Betreuung.

Prinzenallee 74 · 13357 Berlin
Telefon: +49 (0)30 98323775
info@twingle.de | www.twingle.de

emcra GmbH – Europa aktiv nutzen
emcra ist eines der führenden Weiterbildungs- und Beratungsunternehmen rund um europäische und nationale Fördermittel.
- Zertifizierte Weiterbildungen für erfolgreiche EU-Antragstellung (Förderung möglich)
- Beratung für NGOs/Sozialwirtschaft, Unternehmen, öffentlicher Sektor
- Umfangreiche Expertise im europäischen Projekt- und Finanzmanagement

Hohenzollerndamm 152 · 14199 Berlin
Telefon: +49 (0)30 31801330
Telefax: +49 (0)30 31801369
info@emcra.eu | www. emcra.eu

PLZ-BEREICH 2

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

Tesdorpfstraße 22 · 20148 Hamburg
Telefon: +49 (0)40 413453210
Telefax: +49 (0)40 413453216
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
Telefax: +49 (0)40 23786060
service@directpunkt.de | www.directpunkt.de

DMA consulting GmbH & Co. KG

Leistungsbereiche sind:
- Consulting
- Datenqualifizierung / -anreicherung
- Adressen- / Daten-Management
- Spenderanalysen (Neu-, Dauer-, Großspender)
- Spender-, Zielgruppenadressen (postalisch & E-Mail & Telefonnummer)
- telefonische Spenderbetreuung
- crossmediales Kampagnenmanagement on- und offline

Mehr Spender – bessere Spenderbindung!

Bahnhofstraße 48–50 · 21614 Buxtehude
Telefon: +49 (0)4161 99380-10
Telefax: +49 (0)4161 9938019
mk@dma-consulting.de | www.dma-consulting.de

Zentrum für Systemisches Fundraising GmbH

Das Zentrum für Systemisches Fundraising begleitet den Aufbau, die Entwicklung und die Implementierung von Fundraising in Non-Profit-Organisationen. Unsere Fachleute agieren dabei komplementär: Sie verknüpfen gängige Vorgehensweisen (Fundraisingmaßnahmen und -instrumente) mit systemischen Kompetenzen in der Organisationsberatung und -entwicklung.

Im Soll 25 · 22179 Hamburg
Telefon: +49 (0)40 30099923
Mobil: +49 (0)177 6791057
info@Systemisches-Fundraising.de
www.Systemisches-Fundraising.de

hello. die Dialog Agentur

hello steht für Kreativität mit Substanz. Mit mehr als 12 Jahren Berufserfahrung schaffen wir Content und öffnen Türen zu Ihren Zielgruppen. Dabei nutzen wir alle möglichen Kanäle, auf denen Ihre Inhalte geliked, geteilt oder kommentiert werden. Mit hello wird Ihre Organisation sichtbar und gewinnt Fans, Follower sowie neue Spenderinnen und Spender.

Thedestraße 13 – 17 · 22767 Hamburg
Telefon/Fax: +49 (0)40 41306156
hello@hellohello.de | www.helloprobono.de

stehli software dataworks GmbH

Die Komplettlösung für Fundraiser
- Druckfertige Mailingaufbereitung Von Postadress über DataQuality – Datenverarbeitung mit unserer MasterIT
- Business Intelligence mit dem FundraiseAnalyser Wirtschaftliche Betrachtung und Analysen aller Ihrer Aktivitäten
- Spendenverwaltung mit FundraisePlus NG Entweder als „Do it yourself"-Variante oder als „Rundum sorglos"-Paket
- Wealth Overlay – Großspenderpotenzialanalyse Wir helfen Ihnen, Ihre Großspender zu identifizieren

Kaiserstraße 18 · 25524 Itzehoe
Telefon: +49 (0)4821 9502-0
Telefax: +49 (0)4821 9502-25
info@stehli.de · www.stehli.de

Koopmanndruck GmbH

Wie generieren Sie Ihre Spender? Mit unserem kreativen Endlosdruck schaffen wir Ihnen die ideale Kombination zwischen einem Brief/Zahlschein und einem Give away oder Gimmick. Über die Standards hinaus, bieten wir eine Weiterverarbeitung mit Laminaten, Magnetfolien und Haftmaterial an. Im Handumdrehen sind Namensetiketten oder z. B. eine Patenkarte in Ihrem Brief/Zahlschein integriert. Überzeugen Sie sich selbst.

Lise-Meitner-Straße 3 · 28816 Stuhr
Telefon: +49 (0)421 56905-0
Telefax: +49 (0)421 5690-55
info@koopmann.de
www.koopmann.de

neolo fundraising GmbH

Effektives Geldauflagen-Marketing: Wir halten die Kosten niedrig und erhöhen damit Ihren Ertrag. Wir bieten Full-Service vom Mailing über die Verwaltung bis zu Bindungsmaßnahmen und der Evaluation Ihrer Geldauflagen.
Profitieren Sie auch von einer passgenauen Fundraising-Strategie und unserer jahrelangen Erfahrung in der Antragstellung.

Burgstraße 3 a · 29342 Wienhausen
Telefon: +49 (0)5082 2193280
Telefax: +49 (0)5082 2193281
mail@neolo.de | www.neolo.de

PLZ-BEREICH 3

adfinitas GmbH

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

Theaterstraße 15 · 30159 Hannover
Telefon: +49 (0)511 524873-0
Telefax: +49 (0)511 524873-20
info@adfinitas.de | www.adfinitas.de

marketwing Gruppe

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

Steinriede 5 a · 30827 Garbsen
Telefon: +49 (0)5131 45225-0
Telefax: +49 (0)5131 45225-20
info@marketwing.de | www.marketwing.de

SAZ Services GmbH

Sie suchen hier im Kleingedruckten nach einem erfahrenen Fundraising-Partner, der Ihre Anforderungen groß schreibt? Dann schonen Sie jetzt Ihre Augen und rufen Sie uns an. Wir sind Ihr Ansprechpartner wenn es um erfolgreiche Fundraising-Kampagnen geht:
- Neuspendergewinnung
- Spendenmailing
- Telefonische Spenderbetreuung (Lastschriften, Upgrades, Patenschaften, Bedankungen u. v. m.)
- Online-Fundraising
- Zielgruppen-Adressen
- Adress-Services
- Strategische Beratung, u. v. m.

SAZ, Fundraising das wirkt.

Gutenbergstraße 1 – 3 · 30823 Garbsen
Telefon: +49 (0)5137 88-1444
Telefax: +49 (0)5137 88-1110
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 402-500
Telefax: +49 (0)5139 402-333
info@komserv-gmbh.de | www.komserv-gmbh.de

service94 GmbH

Dienstleistungen im Bereich Fundraising seit 1984:
- Promotion und Öffentlichkeitsarbeit an Informationsständen
- Mitgliederwerbung

Leistungen außerhalb des Fundraisings:
- Mitgliederverwaltung
- Call-Center
- Mailings
- Pressearbeit

Zu unseren Kunden gehören bundesweit namhafte Vereine und Verbände.

Raiffeisenstraße 2 · 30938 Burgwedel
Telefon: +49 (0)5139 402-0
Telefax: +49 (0)5139 402-111
info@service94.de | www.service94.de

AZ fundraising services GmbH & Co. KG

Über 25 Jahre Fundraising-Erfahrung:
- Psychografische Spenderanalyse
- Themenaffine Zielgruppenadressen
- Zuverlässige Datenpflege
- Spendenaffines Online-Marketing
- Partnerschaftliches Kooperationsmarketing
- Effiziente Werbemittelproduktion

DDV-Qualitätssiegel für Datenverarbeitung, Adressverlag und Listbroking.

Carl-Bertelsmann-Straße 161 S · 33311 Gütersloh
Telefon: +49 (0)5241 802864
Telefax: +49 (0)5241 806094
dirk.langnau@bertelsmann.de
www.az-fundraising.com

Sievert Druck & Service GmbH

Wir unterstützen NPOs und NGOs deutschlandweit bei der Generierung von Spenden durch:
- Konzeptentwicklung und Beratung
- Adressselektion und -optimierung
- Portooptimierung
- Druck, Personalisierung und Postauflieferung von Mailings und Spenderzeitungen; klassisch und handschriftlich
- Workshops und Seminare

Potsdamer Straße 220 · 33719 Bielefeld
Telefon: +49 (0)521 557359-0
Telefax: +49 (0)521 557359-99
info@druck-u-service.de
www.druck-u-service.de

PLZ-BEREICH 4

oneFIT NGO
EC Consulting GmbH

- Adressmanagement
- Kampagnenplanung
- Buchhaltungs- und Zahlungsmanagement
- Analyse-Tools
- Bußgeldmanagement
- Veranstaltungsmanagement
- Services & Dienstleistungen rund ums Fundraising

Mit oneFIT NGO besitzen gemeinnützige Organisationen und Spendenorganisationen eine innovative Softwarelösung für den kompletten administrativen Bereich

Meerbuscher Straße 64 – 78 · 40670 Meerbusch
Telefon: +49 (0)2159 81532-0
Telefax: +49 (0)2159 81532-29
beratung@ngosoftware.de
www.ngosoftware.de

microm
Micromarketing-Systeme und Consult GmbH

Microm ist einer der führenden Spezialisten für Consumer Marketing. Auch der Erfolg von Spendenaktionen ist immer vom Erfolg des Marketings abhängig. Deshalb gehören dialogstarke Werbeinstrumente zum Alltag der Fundraiser. Entdecken Sie mit uns die Möglichkeiten der Spenderbindung und -rückgewinnung und finden Sie die Top-Spender von morgen!

Hellersbergstraße 11 · 41460 Neuss
Telefon: +49 (0)2131 109701
Telefax: +49 (0)2131 109777
info@microm-online.de | www.microm-online.de

DONUM Zuwendungsverwaltung
Rüdiger Fresemann

Mit diesem Zuwendungsprogramm können Sie ohne große Vorkenntnisse und nach einer kurzen Einarbeitung alle Spenden sachgerecht verwalten. Alle Bildschirmmasken sind einfach aufgebaut und ermöglichen auch dem Laien eine schnelle und sichere Anwendung. Durch Zusatzmodule (z. B. Fundraising) erweiterbar. Kostenlose Demo auf der Homepage.

Im Johannistal 3 · 42119 Wuppertal
Telefon: +49 (0)202 8506671
Telefax: +49 (0)202 4265042
postfach@spendenprogramm.de
www.spendenprogramm.de

OPTIGEM GmbH

Softwarelösungen für Vereine, Stiftungen und gemeinnützige Werke

OPTIGEM Win-Finanz, unser zentrales Produkt, vereinigt viele Aufgaben in nur einer integrierten Softwarelösung: von der Adresse bis zur Zuwendungsbestätigung und von der einfachen Projektverwaltung bis zur kompletten Buchhaltung. Win-Finanz bringt Daten ohne Medienbrüche in Verbindung – mit wenigen Klicks. Testen Sie uns doch einfach kostenlos!

Hohenbuschei-Allee 1 · 44309 Dortmund
Telefon: +49 (0)231 1829 3-0
Telefax: +49 (0)231 1829 3-15
info@optigem.com | www.optigem.com

Benefit Informationssysteme AG

OpenHearts unterstützt alle zentralenAbläufe 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.
Zu unseren Anwendern gehören namhafte Verbände, Vereine und Stiftungen aus Tier- und Umweltschutz, Förderung von Kindern und Familie, Entwicklungshilfe, kirchlichem Umfeld sowie Hospize und Krankenhäuser, Universitäten und andere Bildungseinrichtungen.

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

Maik Meid Content Fundraising

Digitale Inhalte für Nonprofits

Fundraising-Beratung und Ideen zur digitalen Kommunikation. Aus dem Ruhrgebiet und mit über 20-jähriger Erfahrung in der Sozialwirtschaft.

- Strategien für digitale Kommunikation und Online-Fundraising
- digitale Recruiting Konzepte für soziale Träger
- Nonprofit-Fotografie und Podcast-Produktion
- Fundraising-Aufbau und Entwicklung in regionalen Organisationen

Bruchstraße 43 · 45525 Hattingen
Telefon: +49 (0)1511 9669932
info@fundraisingnetz.de
https://fundraisingnetz.de

eliteONE®

- Großspenderpotentialanalysen
- Projektmanagement
- Internationale Adress-Database
- Neuspender-Adressen
- Marketing & Konzeption
- Spenderreaktivierung
- Fundraising

Fuldastraße 25 · 47051 Duisburg
Karl Heinrich Hoogeveen
Telefon: +49 (0)1511 8422199
info@eliteone.de · www.eliteone.de

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

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

Conversio Institut

Fundraising-Management + Organisationsentwicklung

Wir beraten Sie auf dem Weg, Spenderbeziehungen zu verankern und Fundraising zu einer stabilen Säule in der Finanzierung Ihrer Organisation zu machen. Außerdem bieten wir

- Coaching (Einzel + Team)
- Seminare, Trainings
- Fundraising-Forschung
- kompetente Beratung
- strategische Positionierung
- Befragungen (SpenderInnen, MitarbeiterInnen, etc.)

Wildstraße 9 · 47057 Duisburg
Telefon: +49 (0)203 485777-0
Telefax: +49 (0)203 485777-19
info@conversio-institut.de

Fundraising und System

Analysen Software Beratung

„Du verstehst unsere Sprache" – Dolmetscherin zwischen NPO und Software

- Unabhängige Beratung zu Fundraising-Software
- Analyse von Spendendaten
- Seminare Database-Fundraising und Fundraising-Kennzahlen
- Unterstützung für neues SEPA-Lastschriftverfahren
- Informationen zur Potenzialberatung NRW (Fördermittel für Beratungsprozesse)

Doris Kunstdorff
Hermann-Löns-Straße 137 · 47199 Duisburg-Baerl
Telefax: +49 (0)3222 9823430
kunstdorff@fundraising-und-system.de
www.fundraising-und-system.de

van Acken Fundraising GmbH

Dienstleistung im Fundraising seit 1975

Wir bieten:

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

Magdeburger Straße 5 · 47800 Krefeld
Telefon: +49 (0)2151 4400-0
Telefax: +49 (0)2151 4400-55
info@van-acken.de | www.van-acken.de

HP-FundConsult – Brücke zwischen Profit und Non-Profit

Partner und Bindeglied zwischen gemeinnützigen Organisationen, Wirtschaftsunternehmen und Privatpersonen

Kompetenter Partner bei Fundraising- und CSR-Prozessen für Non-Profit- und Profit-Kunden. Beratung bei Entwicklung, Aufbau und Umsetzung von nachhaltigem Fundraising und gesellschaftlichem Engagement. Integration in unternehmerisches Kerngeschäft. Verbindung von Wert und Werten. Lösung von Zielkonflikten zwischen Ökonomie, Ökologie und Gesellschaft.

Rothenburg 41 · 48143 Münster
Telefon: +49 (0)251 48435-70
Telefax: +49 (0)251 48435-03
info@hp-fundconsult.de | www.hp-fundconsult.de

GOB Software & Systeme

GOB ist weltweit einer der größten Microsoft Partner im Non-Profit-Sektor und Marktführer von Fundraising-Software in Deutschland. Mit über 300 Mitarbeitern unterstützen wir Sie mit ausgezeichnetem Beratungs-Know-how und Support bei der erfolgreichen Implementierung Ihres Software-Projektes.

Europark Fichtenhain A 5 · 47807 Krefeld
Telefon: +49 (0)2151 349-3000
Telefax: +49 (0)2151 349-1120
info@gob.de | www.gob.de

PLZ-BEREICH 5

fundango GmbH

Preisgekröntes Fundraising aus Köln (Mailingwettbewerb 2012, ddp award 2014, Deutscher Fundraising Preis 2016).
*fundango unterstützt Ihr Fundraising nach allen Regeln der Kunst – online wie offline. Wir konzipieren und realisieren Kampagnen und Aktionen, die Spender*innen nachhaltig überzeugen – kreativ und authentisch, verlässlich und vor allem: erfolgreich!*

Brückenstraße 1 – 3 · 50667 Köln
Telefon: +49 (0)221 67784590
Telefax: +49 (0)221 67784599
info@fundango.de | www.fundango.de

steinrücke+ich gmbh

Kommunikation und Fundraising für soziale Anliegen

Entwicklung und Umsetzung von Fundraisingkampagnen und -maßnahmen | Gewinnung von Neu- oder Dauerspenden | Reaktivierung von Inaktiven | Testamentsspenden | Aktivierung Ehrenamtlicher | Konzept, Text, Grafik und Produktion von Materialien | Internetauftritt, Newsletter, Social-Media | Events | Sponsoren und Unternehmenskooperationen | Pressearbeit

Bismarckstraße 12 · 50672 Köln
Telefon: +49 (0)221 569656-00
Telefax: +49 (0)221 569656-20
info@steinrueckeundich.de
www.steinrueckeundich.de

Ihr Dienstleister-Eintrag erscheint 1 Jahr lang im Dienstleisterverzeichnis unter ***fundraising-dienstleister.de*** und in 6 Ausgaben des gedruckten Magazins.

Standard-Eintrag
149 €

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

Deutscher Spendenhilfsdienst – DSH GmbH

„Wir sprechen mit Erfahrung"
Seit über 10 Jahren telefonieren wir ausschließlich für NGOs und bieten

- Beratung zum Auf- und Ausbau von Telefon-Fundraisingmaßnahmen.
- Durchführung von Telefonkampagnen (Outbound- und Inbound)
- Beratung zum Aufbau eigener „Telefon-Lösungen"
- Seminare/Schulungen für haupt- und ehrenamtliche Mitarbeiter

Alpenerstraße 16 · 50825 Köln
Telefon: +49 (0)221 9901000
Telefax: +49 (0)221 9901099
koeln@spendenhilfsdienst.de
www.spendenhilfsdienst.de

FOR A BETTER WORLD

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
- klugen Köpfen
- zuverlässiger Produktion
- vielen Jahren Erfahrung

Mit maßgeschneiderten Mailings gewinnen, binden und reaktivieren wir erfolgreich Ihre Spenderinnen und Spender und unterstützen Sie professionell im Erbschafts- und Stiftungsmarketing.

Alpenerstraße 16 · 50825 Köln
Telefon: +49 (0)221 484908-0
Telefax: +49 (0)221 484908-50
welcome@fundraising-profile.de
www.fundraising-profile.de

ifunds germany GmbH

Wir von ifunds sind Spezialisten für Daten im Fundraising. Wir vertreiben CRM- & Fundraisingsoftware, bieten Datenservices und Beratungsleistungen. Auch die systematische Aufbereitung und aussagekräftige Darstellung von Daten im Fundraising, gehört zu unserem Portfolio. Unsere Produkte sind ifunds engage und analyse-it.

ifunds engage

Basierend auf Microsoft Dynamics 365 bietet die moderne CRM- & Fundraising-Cloud-Applikation ifunds engage eine webbasierte, flexible und standardisierte Lösung für Non-Profit-Organisationen aller Größen.

analyse-it

Ein modernes und leistungsfähiges BI-Werkzeug, das Ihre Organisations- und Fundraisingdaten Ihren individuellen Anforderungen entsprechend übersichtlich und strukturiert darstellt.

Schanzenstraße 35 · 51063 Köln
Telefon: +49 (0)221 6699520
info@ifunds-germany.de
www.ifunds-germany.de

GOLDWIND – gemeinsam wirken

Dipl.-Psych. Danielle Böhle

GOLDWIND bietet psychologisches Fachwissen plus praktische Umsetzbarkeit. Gemeinsam gehen wir die Herausforderungen Ihrer Spenderkommunikation an – bis Sie es selbst können. GOLDWIND ist „Hilfe zur Selbsthilfe".
Schwerpunkte: Spenderansprache, Spenderbindung

- Beratung & Strategie
- Spenderbefragungen
- Mitarbeiterentwicklung (Seminare, Trainings)

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

direct. Gesellschaft für Dialogmarketing 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 Hamburg.

Buchheimer Ring 87 · 51067 Köln
Telefon: +49 (0)221 7591944
Telefax: +49 (0)221 4539879
steffi.sczuka@directpunkt.de | www.directpunkt.de

GRÜN Software AG

Die Unternehmensgruppe GRÜN bietet Software- und IT-Serviceleistungen für Spendenorganisationen an. Mit der Branchen-Softwarefamilie GRÜN VEWA werden als Marktführer 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 1890-0
Telefax: +49 (0)241 1890-555
verwaltung@gruen.net
www.gruen.net

GRÜN alpha GmbH

Fundraising / Kommunikation

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

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

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

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

Thomas-Mann-Straße 40 · 53111 Bonn
Telefon: +49 (0)228 33889210
Telefax: +49 (0)228 33889222
info@tagungsschmiede.de
www.tagungsschmiede.de

SYSTOPIA Organisationsberatung

Peth, Endres, Schuttenberg GbR

Von der Ist-Analyse über Konzeptentwicklung bis zu Migration und Anpassung – wir sind die Experten für CiviCRM. Features der Software:

- Kontakthistorie, Segmentierung
- Spendenverwaltung, Mitgliedschaften, Events
- Online-Formulare & Spendenseiten
- Massenmails
- SEPA-fähig
- Datenanalyse
- hochgradig anpassbare Webanwendung
- lizenzkostenfrei

Adenauerallee 12 – 14 · 53113 Bonn
Telefon: +49 (0)228 96104990
Telefax: +49 (0)228 96104991
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
Telefax: +49 (0)2232 928544-2
info@buschconsult.org | www.buschconsult.org

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
Telefax: +49 (0)2224 918350
info@gfs.de | www.gfs.de

Kensik.com Datenanalysen.

Dipl.-Psych. Andreas Kensik

Seit 20 Jahren Analysespezialist und unabhängiger Berater im Fundraising und Dialogmarketing

- Spenderanalysen und -profile: Gewinnung, Bindung, Segmentierung, Reaktivierung
- Spenderbefragung und Motivforschung
- Strategische Fundraisingkonzepte
- Softwareentwicklung & Schulung: Interaktive Datenanalysen mit SPSS, Qlik, Excel
- FundraiseAnalyser

An der Hetzelhardt 21 · 53604 Bad Honnef
Telefon: +49 (0)2224 969319
Telefax: +49 (0)2224 969320
info@kensik.com | www.kensik.com

Andreas Berg

Analyse · Beratung · Strategie

Als unabhängiger Berater mit 16 Jahren Fundraising-Erfahrung stehe ich NPOs zur Seite mit

- Spenderanalysen,
- Fundraising-Audits,
- Marktforschung,
- Strategieberatung und
- Database-Fundraising

Im Grunde bin ich ein Dolmetscher – zwischen Fundraisern und Ihren Daten ebenso wie zwischen Fundraisern und Ihren Zielgruppen.

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

GECKO international GmbH

Ihr Ansprechpartner für Adressen zur Neuspendergewinnung!

Wir bieten Ihnen:

- starkes Portfolio in den Bereichen Spenden- und Seniorenmarketing
- Adressenberatung / Listbroking
- Scoring / Optimierung
- Emergency-Mailings
- E-Mail-Kampagnen

Fordern Sie Ihr Angebot an Top-Spendenlisten hier an – wir freuen uns auf Sie!

Krebsaueler Straße 49 · 53797 Lohmar
Telefon: +49 (0)2206 8628010
Telefax: +49 (0)2206 8628019
office@gecko-international.com
www.gecko-international.com

PLZ-BEREICH 6

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

faktor

Die Social Profit Agentur GmbH

Wir machen Ihre Marke stark und gewinnen für Ihre Organisation Spender, Besucher, Mitarbeiter, Mitglieder und Engagierte. Unser Know-how:

- Entwicklung von Kommunikations- und Fundraisingstrategien
- Re-Brandings
- Beratung & Coaching
- Online-Fundraising & Social Media
- Kunden-/Mitarbeiterzeitschriften
- Kampagnenentwicklung
- (E-)Mailings

Ansprechpartner: Dr. Oliver Viest
Wilhelm-Busch-Straße 44 · 60431 Frankfurt am Main
Telefon: +49 (0)69 366059-43
Telefax: +49 (0)69 366059-47
info@em-faktor.de | www.em-faktor.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, eine Ausbildung zum Regionalreferent Fundraising, Grundlagenkurse und Inhouse-Seminare. Gerne vermitteln wir Ihnen auch ausgewiesene Referentinnen und Referenten zum Thema Fundraising.

Emil-von-Behring-Straße 3 · 60439 Frankfurt
Telefon: +49 (0)69 58098-124
Telefax: +49 (0)69 58098-271
info@fundraisingakademie.de
www.fundraisingakademie.de

Scharrer Social Marketing

- Konzepte und Beratung
- Gestaltung und Produktion
- Mailings, auch in großen Auflagen
- Zielgruppen-Beratung
- glaubwürdige Kommunikation steht bei uns im Vordergrund

Römerstraße 41 · 63785 Obernburg
Telefon: +49 (0)6022 710930
Telefax: +49 (0)6022 710931
scharrer@socialmarketing.de
www.socialmarketing.de

ENTERBRAIN Software AG

Software und Fundraising-Dienstleistungen aus einer Hand

Wir bieten Ihnen sämtliche Services für Ihre kompletten Fundraising-Kampagnen – Kernstück dabei ist die eigens für NPOs konzipierte Fundraising-Software ENTERBRAIN 2.0. Ebenso übernehmen wir für Sie Consulting, Layout, Druck, Kuver- tierung und Versand unter einem Dach. Und das bei absoluter Datensicherheit – dafür steht unser ISIS 12 Gütesiegel. Darüber hinausgehend entwickeln wir unsere Lösungen ständig weiter – neu ist z.B. ENTERmed, die Speziallösung für den Gesundheitsmarkt.
Ab sofort neu im ProduktPortfolio ist Social Scout – die Verwaltungs-Software für alle Freiwilligendienste und das Ehrenamt.

Röntgenstraße 4 · 63755 Alzenau
Telefon: +49 (0)6023 9641-0
Telefax: +49 (0)6023 9641-11
info@enterbrain.ag | www.enterbrain.ag

Agentur Zielgenau GmbH

Die Agentur Zielgenau berät und begleitet Vereine, Stiftungen und gGmbHs im Nonprofit-Management, Marketing und Fundraising. Wir verbinden soziales und gesellschaftliches Handeln mit unternehmerischem Denken sowie innovativen Lösungen.

- Aufbau eines systematischen Fundraisings
- Planung und Realisierung von Capital-Campaigns
- Fundraising bei Bauprojekten
- Interims-Fundraising
- Beratung und Coaching im Fundraising

Profitieren Sie von unseren langjährigen Erfahrungen & Kenntnissen im Non-Profit-Bereich. Lassen Sie uns gemeinsam aufbrechen – für eine lebenswerte Gesellschaft.

Rheinstraße 40-42 · 64283 Darmstadt
Telefon: +49 (0)6151 136518-0
Telefax: +49 (0)6151 136518-9
fundraising@agentur-zielgenau.de
www.agentur-zielgenau.de

GEMINI DIRECT marketing solutions GmbH

Leistungen für Ihr Fundraising:
- spendenaffine Zielgruppenadressen
- Spenderprofile zur Spendergewinnung, -rückgewinnung und -bindung
- Datenverarbeitung und -pflege
- Ermittlung passender Werbemedien
- Mailingproduktion und Fulfillment

ISO 27001-Zertifizierung auf Basis von IT-Grundschutz des BSI, Qualitätssiegel Datenverarbeitung des DDV

Black-und-Decker-Straße 17 C · 65510 Idstein
Telefon: +49 (0)6126 95196-10
Telefax: +49 (0)6126 95196-29
mail@geminidirect.de | www.geminidirect.de

Consilia

Stiftungsberatung und Management

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

Rosmarinweg 5B · 65191 Wiesbaden
Telefon: +49 (0)611 16885478
Mobil: +49 (0)160 96648343
birgit.quiel@consilia-stiftungsberatung.de
www.consilia-stiftungsberatung.de

BluFoxx

Advising Organisations

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

Berliner Ring 89 · 64625 Bensheim
Telefon: +49 (0)1511 5676400
kontakt@blufoxx.org | www.blufoxx.org

DTV-Germany GmbH

Wir bieten Ihnen alles für ein erfolgreiches DRTV-Programm: Konzeption, Kreation, Media, Response-Management, Controlling, Nachbetreuung. TV, Online oder Social Media - Bewegtbild über alle Kanäle für kleine, mittlere und große Organisationen. Erfahrung im Bewegtbild aus über 35 Ländern. Sprechen Sie uns an.

Berliner Ring 89 · 64625 Bensheim
Telefon: +49 (0)1511 5676400
kontakt@dtv-germany.de
www.dtv-germany.de

PLZ-BEREICH 7

faktor

Die Social Profit Agentur GmbH

Wir machen Ihre Marke stark und gewinnen für Ihre Organisation Spender, Besucher, Mitarbeiter, Mitglieder und Engagierte. Unser Know-how:
- Entwicklung von Kommunikations- und Fundraisingstrategien
- Re-Brandings
- Beratung & Coaching
- Online-Fundraising & Social Media
- Kunden-/Mitarbeiterzeitschriften
- Kampagnenentwicklung
- (E-)Mailings

Ansprechpartner: Dr. Oliver Viest
Torstraße 20 · 70173 Stuttgart
Telefon: +49 (0)711 414142-0
Telefax: +49 (0)711 414142-42
info@em-faktor.de · www.em-faktor.de

Arnold, Demmerer & Partner

Über 30 Jahre Fundraising-Erfahrung für Ihren Erfolg. Wir unterstützen Sie u.a. in folgenden Bereichen:
- Neuspendergewinnung (Mailings, Beilagen, Media, Online)
- Optimierte Reaktivierung inaktiver Spender
- Bestands-/Mail-Response-/LTV-Analysen
- Scorings / List-Optimierungen
- EDV-Services (u.a. Abgleiche, Adressaktualisierungen/Bestandsbereinigungen)

Sie finden uns auch in München.

Motorstraße 25 · 70499 Stuttgart
Telefon: +49 (0)711 88713-0
Telefax: +49 (0)711 88713-44
post@arnold-demmerer.de
www.zielgruppenmarketing.de

pbdirekt

Praun, Binder und Partner GmbH

Neutraler DV-Dienstleister für die Verarbeitung von Adressen mit feinjustierten Abgleichen, intelligentem Scoring und unerreichter Datenvielfalt.
Mit qualifizierten Adressen sinken die Retouren-/Produktions- und die Portokosten gleichermaßen. Ob Fremdlisten für Ihre Neuspendergewinnung oder Steigerung des Spendenvolumens bei Ihren Spendern. Setzen Sie für Ihre Offline-Kommunikation auf erstklassiges Adressmaterial. Damit aus Namen Spender werden.

Motorstraße 25 · 70499 Stuttgart
Telefon: +49 (0)711 83632-55
Telefax: +49 (0)711 83632-36
info@pbdirekt.de | www.pbdirekt.de

G&O CreativeAgency GmbH

Die Adresse für Dialogmarketing 4.0 und Fundraising

Sie möchten wissen, wie Sie alte und neue Spender erreichen? Sie möchten über alle relevanten Offline- und Online-Kanäle kommunizieren?
Als ausgemachte Experten im Fundraising wissen wir, wie Conversion funktioniert und unterstützen Sie mit unserem kombinierten Angebot aus Expertise, Strategie, Listbroking, Konzeption, Kreation, Produktion, Erfolgskontrolle und Follow-up. Wir beraten Sie gerne persönlich.

Ansprechpartner: Gregor Gauder
Stuttgarter Straße 41 · 71254 Ditzingen
Telefon: +49 (0)7156 42584-29
Telefax: +49 (0)7156 42584-90
g.gauder@as-dialoggroup.de
www.as-dialoggroup.de

Ihr Unternehmen
fehlt hier noch?
Gleich eintragen unter:
fundraising-dienstleister.de

fides Druck & Medien GmbH

Nachhaltige & günstige Werbemittel

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

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

P Direkt: 100 % Mailing-Erfolg für Sie!

Sie schätzen einen maximalen Return für Ihr Budget? Und pragmatische Lösungen für zuverlässige Kampagnen-Erfolge? Dann sind wir Ihr Fullservice-Partner:
- Top-Know-how aus über 3.500 Kampagnen und über 30 Jahren Fundraising-Praxis
- punktgenaue Zielgruppen-Konzepte
- effiziente Neuspendergewinnung
- Emergency-Mailings: „Go“ + 24 h => Streuung
- Adressenberatung/Listbroking
- Scoring Fremd-/Eigenadressen
- Produktion und Lettershop

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

www.bussgeld-fundraising.de

Mit Geldauflagen erfolgreich Projekte finanzieren
- über 9.000 personalisierte Adressen von Strafrichtern, Amts- und Staatsanwälten mit Kontaktdaten
- zielgruppengenaue Selektion
- einfach als Excel-Tabelle herunterladen
- ohne Nutzungsbegrenzung: „preiswert kaufen statt teuer mieten“
- Adresspflege und -updates
- Fullservice: Mailingabwicklung und Geldauflagen-Verwaltung
- kostenlose Software

Postfach 102133 · 78421 Konstanz
Telefon: +49 (0)7531 282180
Telefax: +49 (0)7531 282179
post@bussgeld-fundraising.de
www.bussgeld-fundraising.de

PLZ-BEREICH 8

Altruja GmbH

Altruja bietet eine Vielzahl von Möglichkeiten für Ihr Online-Fundraising: von Spendenformularen, Anlassspendentools, Kampagnentools bis zum SMS-Fundraising. Mit umfassenden Payments, zentraler Verwaltung, individueller Anpassung, höchsten Sicherheitsstandards und Weiterbildungsangeboten bieten wir den optimalen Service für Ihr Online-Fundraising.

Augustenstraße 62 · 80333 München
Telefon: +49 (0)89 70096190
info@altruja.de | www.altruja.de

Arnold, Demmerer & Partner

Über 30 Jahre Fundraising-Erfahrung für Ihren Erfolg. Wir unterstützen Sie u.a. in folgenden Bereichen:
- Neuspendergewinnung (Mailings, Beilagen, Media, Online)
- Optimierte Reaktivierung inaktiver Spender
- Bestands-/Mail-Response-/LTV-Analysen
- Scorings / List-Optimierungen
- EDV-Services (u.a. Abgleiche, Adressaktualisierungen/Bestandsbereinigungen)

Sie finden uns auch in Stuttgart.

Bayerstraße 24 · 80335 München
Telefon: +49 (0)89 666091-0
Telefax: +49 (0)89 666091-20
post@arnold-demmerer.de
www.zielgruppenmarketing.de

panadress marketing intelligence GmbH

panadress gehört zu den führenden Dialogmarketing-Experten. Wir verfügen über ein breites Spektrum an mikrogeografischen Daten, Adressen, Channels sowie profundes analytisches Know-how. Damit optimieren wir für unsere Kunden Neuspendergewinnung, Spenderbindung und Spenderentwicklung.

Nymphenburger Straße 14 · 80335 München
Telefon: +49 (0)89 8908335-0
info@panadress.de | www.panadress.de

Fundraising&More

Professional Fundraising Solutions

Fundraising&More ist Ihr kompetenter Partner im Fundraising, in der Stiftungsberatung und in der Organisationsentwicklung. Wir erarbeiten mit Ihnen gemeinsam ein fundiertes, strategisches, maßgeschneidertes Fundraising-Konzept und begleiten Sie auch bei der Umsetzung. Wir führen Sie zum Erfolg – offen, authentisch, konsequent.

Prinzregentenstraße 54 · 80538 München
Telefon: +49 (0)89 60087100
info@fundraisingandmore.de
www.fundraisingandmore.de

Brakeley Fundraising Consultants

Brakeley ist Ihr Partner im Großspenden-Fundraising. Mit Wurzeln, die in das 1919 zurückreichen, bringen wir Erfahrung aus über 50 Ländern in den deutschsprachigen Raum. Wir unterstützen gemeinnützige und öffentliche Organisationen aus allen Sektoren dabei, Großspenden-Fundraising aufzubauen oder auf die nächste Ebene zu heben. Nehmen Sie Kontakt mit uns auf – wir freuen uns auf Sie!

Emil-Riedel-Straße 18 · 80538 München
Telefon: +49 (0)89 46138686
Telefax: +49 (0)89 46138687
kontakt@brakeley.de | www.brakeley.de

AGENTUR FÜR ERBEN

Karla Friedemann

Unsere Kompetenz liegt in der umfangreichen Nachlassabwicklung. Stiftungen, gemeinnützige, mildtätige und kirchliche Organisationen sind unsere Zielgruppen. Wir bieten:
- bundesweite Abwicklung von Nachlässen
- Organisation von Veranstaltungen u. a.

Wir verfügen über:
- langjährige Erfahrung
- exzellentes Management
- ein hohes Maß an Flexibilität

Allacher Straße 140 · 80997 München
Telefon: +49 (0)171 7028919
info@erbagentur.de | www.erbagentur.de

SCHÖNER SPENDEN
Eine Idee der Allplast GmbH
Die Spendenprodukte von SCHÖNER SPENDEN werden von Fundraisern für Fundraiser entwickelt. Die Produktpalette umfasst
- Spendendosen
- Spendenboxen
- Spendenteller
- Spendenhäuser
- Spendensäulen
- und Pfandmarkenboxen

aus hochwertigem Acryl.
SCHÖNER SPENDEN ist selbst Hersteller und bietet auf Wunsch auch Sonderanfertigungen an.

Neurieder Straße 8 · 82131 Gauting
Telefon: + 49 (0)89 86487446
Telefax: + 49 (0)89 86487447
vertrieb@schoener-spenden.de
www.schoener-spenden.de

FundraisingBox
Powered by Wikando GmbH
Ihr verlässlicher Partner für Online-Fundraising-Lösungen. Wir bieten vier Dimensionen: Digital Fundraising, Payment Cloud, Relationship Management und Non-Profit-Consulting. Damit können Sie erfolgreich Online-Spenden sammeln, schnell und einfach Zahlungen abwickeln sowie Spenden und Spender effizient verwalten. Kontaktieren Sie uns heute!

Schießgrabenstraße 32 · 86150 Augsburg
Telefon: +49 (0)821 907862-50
info@fundraisingbox.com
www.fundraisingbox.com

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

Kirchenweg 41 · 83026 Rosenheim
Telefon: +49 (0)8031 80660
Telefax: +49 (0)8031 8066-16
kundenbetreuung@teledialog.com
www.teledialog.com

base4IT AG
In langjähriger Zusammenarbeit mit Stiftungen und Spendenorganisationen entwickelt base4IT modulare, flexibel anpassbare Software-Lösungen zur Optimierung sämtlicher Stiftungsprozesse.

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

Carl-von-Linde-Straße 10a · 85716 Unterschleißheim
Telefon: +49 (0)89 809093-0
Telefax: +49 (0)89 809093-79
info@base4it.com
www.stiftungssoftware.info

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

Herzog-Georg-Straße 29 · 89415 Lauingen
Telefon: +49 (0)9072 95370
Telefax: +49 (0)9072 953716
kontakt@compact-dialog.de
www.compact-dialog.de

PLZ-BEREICH 9

Förderlotse T. Schmotz
Fördermittel für gemeinnützige Organisationen
Wir unterstützen gemeinnützige Träger bei der Gewinnung von Fördermitteln und im Fundraising. Wir bieten:
- Förderberatung
- Projektkonzeption
- Fördermittelrecherche
- Antragstellung
- Qualitätssicherung
- Förderdatenbank
- Seminare und Workshops, fachliches Coaching
- Strategieentwicklung
- Aufbau von Fundraisingstrukturen
- Outsourcing

Buchenstraße 3 · 91564 Neuendettelsau
Telefon: +49 (0)9874 322 311
Telefax: +49 (0)9874 322 312
beratung@foerder-lotse.de
www.foerder-lotse.de

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
Telefax: +49 (0)931 660574-11
info@mailalliance.net | www.mailalliance.net

Mittel & Wege
Fundraising, Beratung, Fortbildung,Coaching
Seit 18 Jahren Beratung von kleinen und großen Organisationen zu ihren Fundraising-Themen und Möglichkeiten.
- fachliches Coaching
- Konzeptentwicklung der Fundraisingstrategie
- Beratung und Weiterbildung zu einzelnen Fundraising-Werkzeugen im Spendenmarketing, Erbschaftsmarketing, Geldauflagenmarketing, Stiftungsanträge
- Projektentwicklung

Steubenstraße 15 · 99423 Weimar
Telefon: +49 (0)3643 4579747
fundraising@mittel-wege.de
www.mittel-wege.de

ÖSTERREICH

SOCIAL CALL fundraising GmbH
Über 20 Jahre Erfahrung am Telefon mit Spendern für mehr als 52 Organisationen.
Wir bieten:
- Klassisches Telefon-Fundraisingvon A bis Z
- In- und Outbound
- Spezialisierung auf Klein-/Großspender, Unternehmen
- Besonderer Service für Notfälle und Patenschaften
- Qualifizierte Agents sprechen sensibel und authentisch
- Innovationen wie SMS-Spende

Technologiestraße 8/3, Postfach 207 · 1120 Wien
Telefon: +43 (0)1 6023912-364
Telefax: +43 (0)1 6023912-33
office@socialcall.at | www.socialcall.at

DIRECT MIND GmbH
Fundraising aus Leidenschaft
- Sie suchen neue Spender?
- Wollen „nur" Adressen mieten?
- Brauchen eine Datenbank, mit Kennzahlen als Entscheidungshilfe?
- Wollen eine Telefon-Aktion starten?
- Suchen frische Kreationen mit einer Strategie, die den aktuellen Trend am Markt berücksichtigt?

Dieses erfahrene Team steht Ihnen mit Freude zur Seite.

Technologiestraße 8, Postfach 207 · 1120 Wien
Telefon: +43 (0)1 6023912-0
Telefax: +43 (0)1 6023912-33
office@directmind.at | www.directmind.at

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

V & M Service GmbH • 78421 Konstanz • Telefon 07531-282180 • post@bussgeld-fundraising.de

Pock Bouman Zidek
Advising Organisations
Holen Sie sich jetzt das Wissen erfolgreicher Fundraising- und Finanz-Leiter großer NGOs zu sich ins Haus. Wir haben schon viele Organisationen groß gemacht. Ihnen helfen wir mit:
- Beratung
- Strategie-Entwicklung
- Evaluierung
- Interims-Management
- Personalsuche
- Coaching

Bringen Sie Ihre Organisation den entscheidenden Schritt weiter.

Nachreihengasse 10/5 · 1170 Wien
gerhard.pock@pbz.co.at | www.pbz.eu

SCHWEIZ

StiftungSchweiz.ch
Die Schweizer Stiftungsplattform
Suchen Sie Stiftungen in der Schweiz? Stiftung Schweiz.ch ist eine webbasierte Applikation, auf welcher alle rund 13.000 Schweizer Stiftungen zu finden sind. Die Plattform ist ein Instrument für alle Fundraiser, Gesuchsteller, Stifter, Stiftungsräte, Anwälte, Notare, Treuhänder, Behörden und Forschende. Verschiedene Leistungspakete sind verfügbar.

Rittergasse 35 · 4051 Basel
Telefon: +41 (0)61 2 78 93 83
kontakt@stiftungschweiz.ch | www.stiftungschweiz.ch

NonproCons
Management und Fundraisingberatung
NonproCons berät Non-Profit-Organisationen im Bereich Fundraising und Management. Gehen Sie mit uns neue Wege! In Zusammenarbeit mit Ihnen stellen wir Ihre Organisation, Ihre Stiftung oder Ihr Projekt auf eine finanziell und strukturell sichere Basis. Wir beraten Sie gerne!

Rittergasse 35 · 4051 Basel
Telefon: +41 (0)61 2789393
sekretariat@nonprocons.ch | www.nonprocons.ch

amender ag
amender möchte als Beratungsagentur Non-Profit-Organisationen auf dem Weg in eine digitalisierte, agile Welt begleiten und bietet dazu u.a. folgende Dienstleistungen an:
- Standortbestimmungen zu NPO-Softwarelösungen, Prozessen, Arbeitsorganisation und Datenschutz
- Anforderungs- & Innovationsmanagement
- Projektbegleitungen
- Coaching

Zentralstrasse 22 · 5610 Wohlen
Telefon: +41 (0)79 5068380
info@amender.ch | https://www.amender.ch

Harry Graf
Organisations- und Datenberatung
Harry Graf berät Non-Profit-Organisationen bei der Analyse und Konzeption ihrer Prozesse und hilft bei der Auswahl/Einführung von geeigneter Software. Zum Leistungsportfolio gehören auch Standortbestimmungen mit Konkurrenz-Vergleich. Er ist Dozent an der ZHAW Winterthur und zertifiziert vom Schweizerischen Fundraising-Verband (Berufsregister).

Obere Brünishalde 28 · 5619 Büttikon
Telefon: +41 (0)79 5068380
hg@harrygraf.ch | www.harrygraf.ch

FundCom AG
Die FundCom beim HB Zürich ist eine von Bernhard Bircher-Suits geführte Agentur. Wir machen Marketingkommunikation, Medienarbeit und Fundraising mit Herzblut, off- und online.
Unsere Services:
- Beratung
- Blogs
- Crowdfunding-Kampagnen
- E-Mail-Marketing
- Fundraising-Konzepte
- Mailings
- Medienarbeit
- Off- und Online-Werbung
- Social Media
- Text mit Nutzwert
- Websites

Wir liefern Ihnen kreative Ideen und Inhalte mit Nutzwert. Buchen Sie jetzt ein erstes, kostenloses Beratungsgespräch.

Neugasse 6 · 8005 Zürich
Telefon: +41 (0)44 2710202
info@fundcom.ch | www.fundcom.ch

RaiseNow AG
RaiseNow ist ein führender Anbieter von Online-Fundraising-Lösungen. Unser Fokus liegt auf „white label" Online-Fundraising-Tools, die von Organisationen und Spender/innen einfach anzuwenden sind. Von Online-Spenden über Payment-Prozesse hin zu Peer-to-Peer und Employee Giving – alles fügt sich in die bestehende Fundraising-Infrastruktur ein.

Hardturmstrasse 101 · 8005 Zürich
Telefon: +41 (0)44 5335620
zurich@raisenow.com | www.raisenow.com

Corris AG
Corris ist eine 1995 gegründete Agentur für nachhaltiges Spendenmarketing. Von unseren Büros in Zürich, Lausanne und Bellinzona aus organisieren und realisieren wir Fundraising-Kampagnen in der ganzen Schweiz – mit Hilfe modernster Tablet-Computer und 3D-Datenbrillen.
Non-Profit-Organisationen erhalten bei Corris alles aus einer Hand: Beratung, Standaktionen (Face2Face), Haustür-Werbung (Door2Door), Datenverwaltung, Callcenter und Lettershop.

Hardturmstrasse 261 · 8005 Zürich
Telefon: +41 (0)44 5638888
Telefax: +41 (0)44 5638899
info@corris.com | www.corris.com

getunik AG
Digital-Agentur für Non-Profit Organisationen
Wir machen das Web und die Welt seit 1998 ein bisschen besser. Wir kreieren digitale Auftritte, die begeistern. Mittels digitaler Fundraising-Massnahmen steigern wir Ihren Erfolg.
Mit unserer langjährigen Erfahrung in den Bereichen User Journey, Content-Strategie, Informationsarchitektur sowie User Experience Design machen wir Ihren digitalen Auftritt für die Besucher zum Erlebnis. Technik entwickelt sich stetig weiter. Wir uns auch. Durch agiles Vorgehen ermöglichen wir Ihnen ein hohes Mass an Flexibilität.

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

SoZmark Communication
Katja Prescher
Für den Erfolg Ihrer Kommunikation und Ihres Fundraisings im digitalen Zeitalter. Katja Prescher unterstützt Sie mit ganzheitlicher Beratung, Konzeption und Umsetzung. Sie verbindet intelligent die Vorteile der Online- und Offline-Welten mit Fokus auf:
- User Journeys
- Contentstrategie
- Marketing-Automation
- E-Mail-Marketing
- Social Media
- Text

Ottikerstrasse 55 · 8006 Zürich
Telefon: +41 (0)79 7848539
kontakt@sozmark.com | www.sozmark.com

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
Telefax: +41 (0)44 4461046
info@com-consult.ch | www.com-consult.ch

ANT-Informatik AG
Nonprofit-Branchenlösung
Die ANT-Informatik wurde 1991 gegründet und hat sich seither mit ihrer Software SextANT zum führenden Anbieter integrierter Gesamtlösungen für Nonprofit-Organisationen entwickelt.
Wir bieten für folgende Branchen komplette Lösungen an:
- Spendenorganisationen
- Vergabe Stiftungen
- Internationale Hilfswerke
- Zoos und Museen

Hufgasse 17 · 8008 Zürich
Telefon: +41 (0)44 5522929
info@ant-informatik.ch | www.ant-informatik.ch

asm Agentur für Sozial-Marketing
Professionelle Mittelbeschaffung für NPOs seit über 35 Jahren. Von der Kreation bis zur Postaufgabe, von der Responseverarbeitung bis zur Adresspflege:
- Strategische Fundraising-Planung
- Mailing-Konzepte und Marketing-Mix
- Spendergewinnung, -bindung und -upgrading
- Spenderbefragungen
- Major Donor Fundraising
- Legatmarketing

Kirchenweg 5 · 8008 Zürich
Telefon: +41 (0)43 3883141
Telefax: +41 (0)43 3883151
info@asm-cc.ch | www.asm-cc.ch

Arenae Consulting AG
Das modular aufgebaute Softwarepaket funtrade unterstützt alle Bereiche des kollektiven und individuellen Fundraisings, optional auch den Versandhandel. Es wird beim Kunden installiert oder als SaaS-Angebot genutzt. funtrade wird in Zusammenarbeit mit den Kunden stetig weiterentwickelt, um neuen Bedürfnissen des Fundraisingmarkts gerecht zu werden.

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 und Deutschland. Sie bietet somit eine grenzüberschreitende Datensammlung im Bereich des institutionellen Fundraisings. Man kann selber in der Datenbank suchen oder Datenauszüge kaufen.

Sihltalstrasse 67 · 8135 Langnau am Albis
Telefon: +41 (0)43 3778975
anfrage@fundraiso.ch | www.fundraiso.ch

ZHAW School of Management and Law
Zentrum für Kulturmanagement
Das Diplom of Advanced Studies in Fundraising Management (30 ECTS Punkte) ist ein Weiterbildungsangebot des Zentrums für Kulturmanagement an der ZHAW. Dieses verfügt über ein gut ausgebautes Netzwerk von Experten, Dozenten und Mitarbeitern, die mit den vielfältigen Fragestellungen des Fundraising bestens vertraut sind.

Bahnhofplatz 12 · 8400 Winterthur
Telefon: +41 (0)58 9347979
info-weiterbildung.sml@zhaw.ch
www.zhaw.ch/zkm/fundraising

BLICKLE & HÄFLIGER Directmarketing AG
Wir beraten Sie seit über 25 Jahren kompetent von der Adresse bis zur Postaufgabe
NPOs vertrauen seit vielen Jahren auf unsere Leistungen, dank unseres grossen Know-hows und unserer Flexibilität.
Blickle & Häfliger Directmarketing AG – Ihr unabhängiger Partner für:
- Zielgruppenberatung
- Adressvermittlung
- EDV-Dienstleistungen
- Laser-Personalisierung
- Lettershop
- Fulfillment-Abteilung

Wir freuen uns auf Sie!

Hardhofstrasse 15 · 8424 Embrach
Telefon: +41 (0)44 8667200
Telefax: +41 (0)44 8667201
blickle@blickle.ch | www.blickle.ch

Walter Schmid AG
Die beste Adresse für Adressen
Die Walter Schmid AG gehört zu den führenden Adressen-Anbieter in der Schweiz. Als profunde Kenner des Schweizer Spendenmarktes erwarten unsere Kunden erfolgreiche Marktbearbeitungs-Konzepte und Zielgruppenvorschläge sowie Unterstützung bei der Pflege und Bewirtschaftung der eigenen Gönnerdaten. Für die Neuspendergewinnung steht Ihnen unsere exklusive „SwissFund" Adressen-Datenbank zur Verfügung.

Auenstrasse 10 · 8600 Dübendorf
Telefon: +41 (0)44 8026000
Telefax: +41 (0)44 8026010
info@wsag.ch | www.wsag.ch

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

Stallikerstrasse 1 · 8906 Bonstetten
Telefon: +41 (0)44 7459292
Telefax: +41 (0)44 7459293
marketing@ibv.eu | www.ibv-solutions.com/de

SAZ Services AG
Sie suchen hier im Kleingedruckten nach einem erfahrenen Fundraising-Partner, der Ihre Anforderungen groß schreibt? Dann schonen Sie jetzt Ihre Augen und rufen Sie uns an. Wir sind Ihr Ansprechpartner wenn es um erfolgreiche Fundraising-Kampagnen geht:
- Neuspendergewinnung
- Spendenmailing
- Telefonische Spenderbetreuung (Lastschriften, Upgrades, Patenschaften, Bedankungen u. v. m.)
- Online-Fundraising
- Zielgruppen-Adressen
- Adress-Services
- Strategische Beratung, u. v. m.

SAZ, Fundraising das wirkt.

Davidstrasse 38 · 9001 St. Gallen
Telefon: +41 (0)71 2273500
Telefax: +41 (0)71 2273501
info@saz.net | www.saz.com

Creativ Software AG
Die Creativ Software AG entwickelt Standard-Softwarelösungen für alle Bereiche des Büroorganisations-Managements sowie Branchenlösungen für Non-Profit-Organisationen, Verbände, Gewerkschaften, Parteien, Verlage, Beraterfirmen, Softwarehersteller, usw.
OM (Organisation Management) ist eine umfassende Businesssoftware mit hoher Parametrisierbarkeit

Unterdorfstrasse 83 · 9443 Widnau
Telefon: +41 (0)71 7272170
Telefax: +41 (0)71 7272171
info@creativ.ch | www.creativ.ch

Selber lesen oder verschenken

Nutzen Sie den Coupon oder bestellen Sie im Internet:
www.abo.fundraiser-magazin.de

Das Fundraiser-Magazin gefällt Ihnen?
Dann bestellen Sie jetzt Ihre eigene Ausgabe direkt in Ihren Briefkasten und seien Sie schneller besser informiert.
Sie erhalten das aktuelle Heft immer pünktlich am Erscheinungstag.

Wenn Sie einem Freund, einer Kollegin oder einem engagierten Ehrenamtlichen eine Freude machen wollen, verschenken Sie das Fundraiser-Magazin doch weiter.
Bitte tragen Sie dafür unter „Abweichende Lieferanschrift“ die Postadresse des Beschenkten ein.

Abonnement-Coupon: Druckfrisch im Briefkasten

Füllen Sie einfach diesen Coupon aus und faxen ihn an **03 51/8 76 27-79** oder senden ihn per E-Mail an bestellen@fundraiser-magazin.de oder per Post an Fundraiser-Magazin GbR, Altlockwitz 19, 01257 Dresden. Noch einfacher können Sie das Fundraiser-Magazin im Internet abonnieren unter

www.abo.fundraiser-magazin.de

Hiermit bestelle ich das Fundraiser-Magazin für ein Jahr. Das Jahresabonnement mit Lieferung an eine Adresse in Deutschland kostet 40,00 € (inkl. 7 % MwSt.) im Jahr. (Ausland: 65,00 €). Ich erhalte 6 Ausgaben des Fundraiser-Magazins (erscheint 2-monatlich). Wenn ich bis spätestens 6 Wochen vor Ablauf des Bestellzeitraums nichts von mir hören lasse, verlängert sich mein Abonnement automatisch um ein weiteres Jahr.

Bitte senden Sie die Rechnung an folgende Adresse (Ich bin der Abonnent):

.....
Organisation / Firma

.....
Abteilung / Bereich

.....
Anrede Titel

.....
Vorname Name

.....
Straße Hausnummer

.....
PLZ Ort

.....
E-Mail-Adresse für den Rechnungsversand

.....
Datum, Unterschrift

Bitte senden Sie das Fundraiser-Magazin an folgende (abweichende) Lieferanschrift

.....
Organisation / Firma

.....
Abteilung / Bereich

.....
Anrede Titel Vorname Name

.....
Straße Hausnummer

.....
PLZ Ort

Widerrufsrecht: Diese Bestellung kann ich innerhalb der folgenden zwei Wochen ohne Begründung bei der Fundraiser-Magazin GbR, Altlockwitz 19, 01257 Dresden schriftlich widerrufen. Dass ich dieses Recht kenne, bestätige ich mit meiner folgenden Unterschrift.

.....
Datum, Unterschrift

„Es geht hier auch um Fragen

Laura Brämswig ist Wirtschafts- und Sozialpsychologin und Politologin. Gemeinsam mit einem Team von Mitstreitern hat sie die NGO „Expedition Grundeinkommen“ gegründet. Anders als bei bekannten Initiativen wie beispielsweise *mein-grundeinkommen.de* ist deren Ziel allerdings nicht die sofortige Einführung eines bedingungslosen Grundeinkommens. Die Initiative sammelt vielmehr in den einzelnen Bundesländern Unterschriften, um schlussendlich, idealerweise zeitgleich mit der nächsten Bundestagswahl 2021, einen Volksentscheid herbeizuführen, der ein staatliches Projekt zur Erprobung und Beforschung der Möglichkeiten eines solchen Grundeinkommens auf den Weg bringt. Im Interview mit unserem Redakteur Rico Stehfest verrät sie, was die Idee für unsere Gesellschaft bedeuten kann und wie der aktuelle Stand der Kampagne ist.

? Warum lohnt sich die Idee eines bedingungslosen Grundeinkommens?

Es geht mir darum, dass wir darüber nachdenken, wie eine Gesellschaft von morgen aussehen könnte. Ein bedingungsloses Grundeinkommen könnte die Selbstentfaltung der Menschen fördern. Was sind die Dinge, die wir verbessern können? Was können oder wollen wir uns leisten, sowohl als Individuen als auch in der Gesamtheit? Beispielsweise zeigen Forschungen zu prekären Lebenssituationen große existenzielle Nöte in der Bevölkerung. Da kommt man sehr schnell auf den Gedanken, etwas ändern zu wollen. Für mich persönlich ist ein bedingungsloses Grundeinkommen eine mögliche Antwort darauf. Allerdings bin ich nicht eine definitive Verfechterin davon, ich sage nicht: Wir müssen ein bedingungsloses Grundeinkommen einführen. Aber wenn wir uns das nicht anschauen, verpassen wir eine große Chance.

? Wir leben aber in einer Leistungsgesellschaft, in der die Menschen Anreize benötigen. Würden mit einem bedingungslosen Grundeinkommen nicht essenzielle Anreize wegfallen?

Das glaube ich nicht. Es gibt ja viele Varianten eines Grundeinkommens. Je nachdem, wie hoch der Betrag ausfällt oder in welches Steuersystem es eingebettet ist, ergibt sich individuell die Frage, inwiefern es sich noch lohnt, trotzdem weiter arbeiten zu gehen. Es gibt viele Möglichkeiten, das auszuformulieren, auch von Seiten des Staates. Existenzielle Nöte würden wegfallen; man könnte sich auf das Einkommen verlassen, weil jeder Anspruch darauf hätte. Das geht aber eben nur, wenn der Großteil nicht ausschließlich davon lebt. Die meisten Leute würden so oder so mehr verdienen wollen, nicht zuletzt, weil sie in einem sozialen Gefüge eingebunden bleiben möchten. Bisherige Modellversuche weltweit zeigen keinerlei Hinweise darauf, dass Menschen, die ein Grundeinkommen erhalten, aufhören zu arbeiten, das war in Finnland genauso der Fall wie in Kanada. Die Leute haben teilweise weniger gearbeitet, aber nicht aufgehört.

? Welche Einflüsse bisheriger Modellversuche lassen Sie in Ihr Konzept einfließen?

In Finnland wurde beispielsweise ein partielles Grundeinkommen ausgezahlt. Der Großteil der Empfänger musste trotzdem Sozialleistungen beantragen. Deshalb sieht unser Entwurf vor, dass Existenz und Teilhabe

der Gerechtigkeit“

gesichert sein müssen, die Armutsrisikoschwelle muss abgesichert sein. Sozialleistungen sollten nicht bezogen werden müssen. Wie das hinsichtlich von Sonderbedarfen aussieht, wie bei einem Grad von Behinderung oder im Fall hoher Mieten, da muss man gesonderte Regelungen treffen. Sonst wäre es ja eben kein Grundeinkommen.

? Wie also sieht Ihre Arbeit momentan aus?

Wir sind im Dezember in Schleswig-Holstein mit unserer Unterschriftensammlung gestartet, dieses Jahr folgen Brandenburg, Berlin, Hamburg und Bremen. Dort sind die Gesetzgebungen für direkte Demokratie verhältnismäßig zugänglich. Wir können aus Kapazitätsgründen nicht in allen 16 Bundesländern starten. Für Schleswig-Holstein ist auch schon unser Gesetzentwurf online. Da kann man unsere Ansätze ganz konkret nachlesen. Darin erfährt man auch, dass wir bewusst keine Höhe eines Grundeinkommens festgesetzt haben. Vielmehr wünschen wir uns, dass verschiedene Varianten getestet werden. Damit wollen wir uns von Parteipolitik und einem ideologischen Blick fernhalten. Wir wollen nicht nur, dass getestet wird, ob es überhaupt eine realistische Idee ist, sondern wie sich die einzelnen Varianten voneinander unterscheiden. Die eine wird möglicherweise von der Bevölkerung eher akzeptiert als die andere. Dabei geht es uns auch um gesellschaftspolitische Aspekte, wie die Frage danach, was so ein Grundeinkommen mit der Psyche eines Einzelnen macht, genauso wie darum, wie es unser Sozialgefüge verändert.

? Ihre Unterschriften sammeln Sie aber nicht nur klassisch auf der Straße, oder?

Auf unseren Kampagnenseiten kann man Unterschriftenlisten herunterladen und so auch selbst Unterschriften sammeln. Aber wir gehen auch auf die Straße. Unsere Listen liegen auch ganz klassisch in Geschäften aus und sind jeweils mit einem QR-Code versehen, über den wir sehen können, wo die Liste herkommt. Das ermöglicht uns auch Interaktion. Wir können uns also dadurch auch direkt bei unseren Unterstützern bedanken. Das ist uns sehr wichtig. Wir sehen uns selbst als eine Plattform, die es ermöglicht, dass andere aktiv werden können.

> „Wenn wir uns ein bedingungsloses Grundeinkommen nicht anschauen, verpassen wir eine große Chance.“

? Muss man davon ausgehen, dass Ihnen mit diesem Versuch viel Kritik entgegenschlägt?

Eigentlich bekommen wir nicht viel Kritik, sondern sehr viel Zuspruch. Wenn, dann ist es Skepsis. Das hat viel mit Ängsten und Hoffnungen, aber auch mit Unsicherheiten zu tun. Da steht die Frage im Raum: Müsste ich jemanden mitfinanzieren, der nicht arbeitet? Es geht hier um Fragen der Gerechtigkeit. Finden wir ein Modell, das wir als gesamtgesellschaftlich gerecht empfinden? Die Leute wollen ihre Fragen natürlich vor einer bundesweiten Einführung beantwortet haben. Und dafür wollen wir einen Beitrag leisten.

? Bisherige Versuche in anderen Ländern haben aber keine sonderlichen Erfolge gezeigt, oder?

Das ist nicht ganz richtig. In Kanada wurde das Experiment abgebrochen, weil es zu einem politischen Machtwechsel kam. Das wollen wir natürlich vermeiden. Die Regierung hat daraufhin die Ergebnisse nicht freigegeben, sodass die Forschung also keine Daten zur Verfügung hat. Viele Versuchsteilnehmende erzählen nun selbst ihre Geschichte – da ist sehr viel Positives dabei. In Finnland wurde es, entgegen der öffentlichen Darstellung, nicht abgebrochen. Dort wurde nur die erste Phase nicht verlängert. Die Endauswertung dazu kommt in diesem Frühjahr. Ein Zwischenbericht hat schon gezeigt, dass die Menschen weniger gestresst und glücklicher waren.

Wir stehen in direktem Kontakt mit den Machern in Finnland und den Aktivisten in Kanada und haben natürlich unsere Fragen gestellt: Was hättet ihr anders gemacht? Nicht alles lässt sich einfach auf Deutschland übertragen. Das muss man bedenken.

? Wie aber genau ließe sich das erfolgreich politisch verankern?

Die nachhaltige Verankerung muss auf Landesebene stattfinden. Deshalb gehen wir ja den Weg über die direkte Demokratie. Das ist zwar viel aufwendiger, aber das Ganze soll ja nur dann kommen, wenn die Mehrheit es gut findet. Das finde ich einen charmanten Ansatz. Das macht es wasserdicht. Das kann politisch nicht zerpflückt werden.

? Wie sind Sie in der „Szene“ aufgestellt?

Ich habe das Projekt mit Joy (Johannes) Ponader gestartet, Joy hat gemeinsam mit Michael Bohmeyer mein-grundeinkommen.de *gegründet. Es gibt da also enge personelle Überschneidungen. Wir sind Mitstreiter für das gleiche Ziel, mit der gleichen gesellschaftspolitischen Forderung, aber wir tragen auf unterschiedlichen Wegen dazu bei. Die Leute bei* mein-grundeinkommen.de *geben der Sache etwas Fühlbares, ein menschliches Gesicht, indem dort die Gewinner des einjährigen Grundeinkommens ihre Geschichten erzählen. Wir übersetzen das Thema in politisches Handeln. Wir arbeiten sehr eng zusammen. Wir können nur etwas voranbringen, wenn wir mit allen Akteuren auf diesem Gebiet gemeinsam unterwegs sind. Die Szene ist überschaubar, aber da. Und wir haben alle an Bord.*

▶ www.expedition-grundeinkommen.de

Fundraiser können mehr

Leadership Skills entwickeln in Bratislava

Die Zivilgesellschaft in Osteuropa steht 30 Jahre nach dem Mauerfall deutlich anders da als hierzulande. Der gesellschaftliche Druck durch rechtsnationale Bewegungen und Regierungen ist enorm, die Strukturen sind jung und oft noch schwach. Unter diesen Bedingungen entwickeln viele Initiativen jedoch eine enorme Kreativität, Beweglichkeit und Mut. Dabei stehen osteuropäische Führungskräfte vor großen Herausforderungen. Ihnen stellt sich vor allem die Frage, wie es gelingt, gute Führungskraft einer NGO zu sein.

Von JAN UEKERMANN und CHRISTIAN OSTERHAUS

Um hier Antworten zu liefern, haben sich international renommierte Fundraising-Experten zusammengetan und das Programm „Leaders of Tomorrow" entwickelt: Kay Sprinkel Grace (USA), Tony Myers (Kanada), Eduard Marcek (Slovakei) sowie Jana Ledovinová und Jan Kroupa (beide Tschechische Republik). Seit fünf Jahren bieten sie Fundraisern und anderen Führungskräften der Zivilgesellschaft die Möglichkeit, ihre Leadership-Fähigkeiten zu entwickeln. Eigentlich dürfen – aufgrund der Förderung einer Stiftung – ausschließlich Experten aus Osteuropa an dem Programm teilnehmen. In diesem Jahr wurde die Regel etwas gelockert – wir waren dabei.

Ein „anderer" Schulungsansatz

In einem Tagungshotel ging es schnell ans „Eingemachte": 16 Führungskräfte aus zwölf Ländern durchliefen eine fünftägige Intensiv-Schulung, die um acht Uhr begann und beim „Wine at Nine" immer noch aufregend neue Erfahrungen bereithielt.

Im Gegensatz zu „üblichen" (handwerklich orientierten) Weiterbildungen stand Erfahrungs-Lernen anhand von Simulationen und Erlebnissen im Zentrum. In realitätsnahen Rollenspielen und Aktivitäten spürten die Teilnehmer ihrem Führungs-Stil nach, erfuhren und beobachteten das eigene Verhalten und lernten Variationen und andere Führungsansätze kennen. Das Programm selbst ist strategisch aufgebaut: Je einen Tag widmen sich die Teilnehmer ihrer Führungspersönlichkeit, der Führung ihrer Community sowie ihrer Organisation und setzen sich zuletzt mit Führung als Profession auseinander.

Sehr zentral geht es darum, den persönlichen Antrieb wahrzunehmen und zu stärken (Vision, Mission und Ziele), aber auch um die Inspiration, das Gemeinschaftsgefühl und die Strukturierung der Arbeit in ihren Vereinen, Stiftungen und Initiativen. Die Reflexion der eigenen Persönlichkeit sowie eine intensive Auseinandersetzung mit professionellem Führungsverhalten fordern die Teilnehmer permanent.

Voneinander lernen

Höhepunkt und Abschluss dieser Programm-Phase ist die Arbeit an einem persönlichen Entwicklungs-Plan und einer Strategie, wie man diesen in seiner Organisation – beziehungsweise für sich selbst – umsetzen will. Im Anschluss an die Präsenz-Woche folgen ein zwölfmonatiges individuelles Coaching sowie ein Abschluss-Seminar (Leadership

Summit) mit Fortschritts-Präsentationen und der Übergabe des Staffelstabes an die nächste Kohorte.

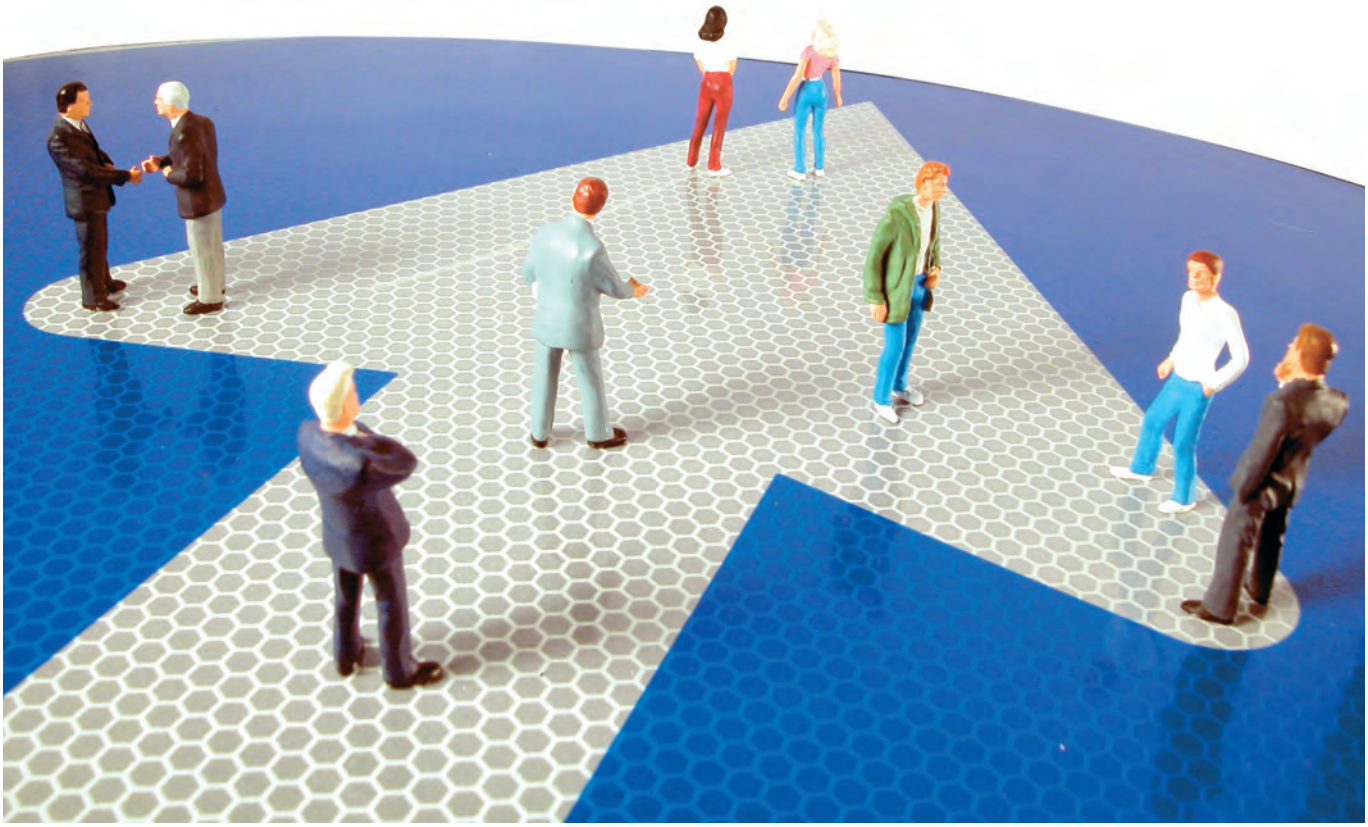
Es war enorm beeindruckend 16 Führungskräfte zu erleben, die sich weit öffnen, voneinander lernen und sich schon während des Seminars auch gegenseitig coachen. Nebenbei knüpft sich ein Netz von Beziehungen und Kontakten zu faszinierenden Kollegen, Vorbildern und Orientierungspunkten für die eigene Zukunft als Führungskraft.

Von osteuropäischen Fundraisern lernen heißt führen lernen

Dieser provokative Gedanke kam uns im Laufe der Programmtage: Können wir Fundraiser in Deutschland, Österreich und der Schweiz uns von diesem Fundraising-Verständnis – und diesem Programm – eine Scheibe abschneiden? Könnte es sein, dass die Kollegen einen Schritt weiter sind als mache Fundraiser hierzulande? Während sich viele deutschsprachige Fundraising-Experten Techniken eines spezialisierten Handwerks aneignen und sich damit – leider zu oft – begnügen (sich aber ausgiebig über die fehlenden Möglichkeiten und die ignoranten Strukturen in ihren Organisationen beklagen und an ihren mangelnden Gestaltungsmöglichkeiten verzweifeln), öffnet „Leaders of Tomorrow" neue Türen: Fundraiser werden in ihrer modernen Rolle als „Agents of Change", als „Organisations-Entwickler", wahr- und ernstgenommen. Das folgt dem nordamerikanischen „Development"-Verständnis: Demnach sind Fundraiser nicht in erster Linie Dienstleister der Geldbeschaffung, sondern Träger der Vision, der Mission ihrer Organisationen. Sie übernehmen die Verantwortung, diese nach innen und außen zum Leuchten zu bringen – ihre Strahlkraft und die ihrer Organisation (mit dem Wissen und Können des Fundraisings) auch finanziell zu entwickeln. Fundraiser sind in diesem Verständnis durch ihre Funktion „geborene" Führungskräfte, beziehungsweise haben die Aufgabe, sich darauf auszurichten und fortzubilden.

Beim Deutschen Fundraising-Kongress 2020 bieten Christian Osterhaus und Jan Uekermann gemeinsam mit Kay Sprinkel Grace eine Leadership-Masterclass an.

Christian Osterhaus (Foto) ist Begleiter, Coach und Berater für Führungskräfte in der Zivilgesellschaft.
Jan Uekermann ist Berater, Trainer und Coach für Fundraising und Kommunikation mit Fokus auf Großspenden-Fundraising und Korrespondent des Fundraiser-magazins.
▶ www.christian-osterhaus.de
▶ www.januekermann.com



Es geht nicht immer nur um Dich!

Wie man schnell Vertrauen gewinnt – mit Methoden des FBI

Vertrauen ist eine der kostbarsten Währungen des Menschen. Ohne Vertrauen sind Beziehungen zu anderen unmöglich. Dabei ist Vertrauen wechselseitig. Ganz egal, was wir im Leben erreichen wollen, Vertrauen zu anderen aufzubauen, macht einen großen Teil unseres Erfolgs aus.

Von THOMAS OPPONG
Deutsch von RICO STEHFEST

Der Prozess, Vertrauen zu gewinnen, braucht Zeit, aber eine einzige Geste kann jede Beziehung zerstören, die man über einen längeren Zeitraum aufgebaut hat. Eine einfache Wahrheit über den Menschen sollten wir deshalb immer im Hinterkopf behalten: Wir sind alle miteinander verbunden, wir möchten uns bedeutsam fühlen, und wir vertrauen bekannten Dingen. Diese Punkte sind die Basis, ein harmonisches Miteinander mit praktisch jedem aufzubauen.

Robin Dreeke, ehemaliger Leiter des Verhaltens-Analyse-Programms des FBI, hat seine Erkenntnisse in seinem Buch „It's not all about ME" zusammengefasst. Darin verrät er, dass der Aufbau künstlichen Zeitdrucks der beste Weg ist, ein Gespräch mit einem Fremden zu beginnen. Eine Gesprächsanbahnung durch einen Unbekannten wird von den meisten als Bedrohung wahrgenommen. Das Gefühl von Unbehagen entsteht, weil kein Ende des Gesprächs in Sicht ist. Dreek erklärt: „Der erste Schritt im Prozess, ein harmonisches Miteinander zu schaffen und eine erfolgreiche Konversation zu führen, besteht darin, dem anderen zu vermitteln, dass ein Ende in Sicht ist."

Das Unterbewusstsein sucht nach Vertrautem

Hat man erst einmal die Verlegenheit zu Beginn eines Gesprächs überwunden und deutlich gemacht, dass man die Zeit des Gesprächspartners nicht über Gebühr in Anspruch nehmen wird, verfliegt der Eindruck des Bedrohlichen. Die beste nonverbale Technik, um zuvorkommend zu wirken, ist noch immer ein Lächeln. Man kann auch die Körperhaltung oder den Sprachduktus des Gegenübers übernehmen, denn für gewöhnlich stützt sich unser Unterbewusstsein auf Vertrautes. Wenn Sie sich mit diesem

Ansatz nicht wohlfühlen, haben Sie auch die Möglichkeit, das Miteinander zu testen, indem Sie Ihre Körpersprache verändern und dabei beobachten, ob sich die Ihres Gesprächspartners ebenso ändert. Sich anzupassen und das Gegenüber auch zu spiegeln, bedeutet einen gewissen Einklang miteinander.

Langsames Sprechen wirkt glaubhaft

Selbstbewusstsein in einer Konversation lässt sich auch über Blickkontakt vermitteln, den man ungefähr 60 bis 70 Prozent der Begegnung aufrechterhält. Untersuchungen haben gezeigt, dass wir bei Begegnungen auf das Selbstvertrauen unseres Gesprächspartners schauen. Wer glaubwürdiger wirken möchte, sollte langsam sprechen. Menschen, die schnell sprechen, sind in der Regel aufgeregt. Gleichzeitig kann es bedeuten, dass sich jemand in einem Themenfeld sehr gut auskennt. „Wann immer ich ein Gespräch führe, von dem ich denke, dass es wichtig für mich ist, glaubwürdig zu wirken, spreche ich absichtlich langsamer und baue Pausen ein, um meinem Gegenüber die Möglichkeit zu geben, den Inhalt des Gesagten aufzunehmen“, so Dreeke in seinem Buch.

Die Kunst des tatsächlichen Zuhörens

Man sollte auch einfach zuhören, denn das ist die einfachste Art, jemanden anzuerkennen. Es geht nicht darum, immer nur die eigene Geschichte zu erzählen. Wichtiger ist, den Gesprächspartner dazu zu ermutigen, seine Geschichte zu erzählen. Dadurch erreichen wir, dass sich unser Gegenüber wertgeschätzt fühlt. Für viele ist es ein natürlicher Impuls, andere unterbrechen zu wollen. Das bedeutet aber auch, dass wir nicht gänzlich anwesend sind, wenn andere sprechen. Halten Sie sich damit zurück, andere mit Ihren eigenen Gedanken und Ideen zu überrennen.

Halten Sie Ihr Ego im Zaum! Das ist nicht wesentlich anspruchsvoller, als die Wünsche und Sorgen anderer vor die eigenen zu stellen. Wenn sich zwei Menschen miteinander unterhalten, wartet in der Regel der jeweils andere geduldig, bis der Gesprächspartner seine Ausführungen beendet hat. Ein guter Gesprächspartner ermutigt andere dazu, über sich selbst zu sprechen und stellt die eigenen Bedürfnisse hinten an. In einer Welt, die immer lauter zu werden scheint, laufen wir Gefahr, unsere Fähigkeit zum Zuhören zu verlieren. Deshalb empfiehlt sich der Ansatz „empfangen, wertschätzen, zusammenfassen, fragen“. Sonst läuft die Kunst der Konversation Gefahr, durch eigennützige Darstellung ersetzt zu werden.

Seien Sie neugierig und stellen Sie offene Fragen. Wenn Sie tatsächlich zuhören, sollte das ziemlich einfach sein. Sobald jemand weitere Gedanken vermittelt, nutzt ein guter Gesprächspartner den gegebenen Inhalt, um weitere offene Fragen darüber zu stellen. Wer mehr Fragen stellt und während eines Gesprächs auch weiter nachfragt, wird als liebenswerter empfunden.

Niemand bekommt eine zweite Chance, um einen guten ersten Eindruck zu vermitteln. Die wenigen Minuten, die wir haben, um jemanden auf unsere Seite zu bringen, sollten wir gut nutzen. Und denken Sie immer daran: Die richtige Einstellung ist alles. Gehen Sie sicher, dass sich Ihr Gegenüber nach Ihrem Gespräch besser fühlt.

Thomas Oppong ist Kolumnist und betreibt die Ratgeber-Plattform Alltopstartups, auf der junge Unternehmer Tools und Best-Practice-Tipps für einen erfolgreichen Start in die Business-Welt finden. Außerdem gibt er den Newsletter „Postantly Weekly“ heraus, der sich mit Themen rund um persönliche Weiterentwicklung befasst.
▶ www.alltopstartups.com

Edition Fundraiser

Großspenden können Großes bewirken.

Das neue Buch von Dr. Marita Haibach und Jan Uekermann

Erster kompakter und praxisnaher Überblick zum Großspenden-Fundraising im deutschsprachigen Raum

Jetzt bestellen unter edition-fundraiser.de
… oder im Buchhandel

Mehr oder weniger

Beeinflusst Matching das Spendenverhalten?

Aussagen wie „Ihre Spende wird verdoppelt“ sind regelmäßig in Spendenaufrufen zu lesen. Das Vervielfachen von Spenden durch einen oder mehrere Großspender wird als Matching bezeichnet und soll, so die Hoffnung, Menschen motivieren, (mehr) zu spenden. Funktioniert das? Ein aktueller Literaturüberblick im J“ournal of Economic Surveys“ fasst die wissenschaftlichen Erkenntnisse zum Effekt von Matching auf Einzelspenden ausführlich zusammen.

Von RAPHAEL EPPERSON

Die Autoren stützen sich auf wissenschaftliche Studien, die mit Hilfe von Feld- oder Laborexperimenten die Reaktion von Menschen auf Matching untersuchen. In Laborexperimenten entscheiden Teilnehmer in der Regel, ob und wie viel ihrer Teilnahmevergütung sie unter verschiedenen Bedingungen an eine Organisation spenden möchten. Feldexperimente hingegen erfolgen häufig in Kooperation mit einer oder mehrerer Organisationen. Potenzielle Spender werden dabei zufällig in verschiedene Gruppen aufgeteilt, und alle Personen einer Gruppe erhalten einen speziellen Spendenaufruf – beispielsweise mit oder ohne Matching. Aufgrund der zufälligen Zusammensetzung der Gruppen kann bei richtiger Durchführung ein Unterschied im Spendenverhalten zwischen den Gruppen auf einen speziellen Aspekt des Spendenaufrufs zurückgeführt werden.

Zu welchem Ergebnis kommen die wissenschaftlichen Studien? Betrachtet man die gesamten Einnahmen, die durch einen Spendenaufruf entstehen, ist der Effekt von Matching eindeutig: Matching führt zu höheren Einnahmen. Dies ist wenig überraschend, da die Matching-Zahlungen des Großspenders ebenfalls als Einnahmen verbucht werden.

Positive Effekte

Interessanter ist es daher, zu untersuchen, wie viel Geld durch die potenziellen Spender, die den Spendenaufruf erhalten, eingenommen wird, ohne dabei die Matching-Zahlungen des oder der Großspender mit einzubeziehen. Diese Spendensumme wird

durch Matching entweder überhaupt nicht oder positiv beeinflusst. Wenn positive Effekte vorliegen, können diese substanziell ausfallen: Bei manchen Feldexperimenten wurden Steigerungen von bis zu 50 Prozent beobachtet. Auch die Spendenwahrscheinlichkeit wird überwiegend überhaupt nicht oder positiv beeinflusst. Es ist allerdings möglich, dass einzelne Teilgruppen negativ auf einen Match reagieren.

Alternatives Szenario

Bei der Bewertung von Matching sollte auch berücksichtigt werden, ob das Geld, welches für das Matching bereitgestellt wurde, hätte anders verwendet werden können. Wenn der Großspender dazu bereit ist, kann der zur Verfügung gestellte Betrag beispielsweise direkt als Spende verbucht werden, welche dann im Spendenaufruf angekündigt wird. Einige Studien untersuchen die Effektivität von Matching im Vergleich zu diesem alternativen Szenario. Keine der beiden Strategien geht aus diesem Vergleich als klarer Sieger hervor.

Matching-Raten über 1

In der wissenschaftlichen Literatur werden Matching-Raten von 0,1 bis 5 untersucht. Die Matching-Rate gibt an, wie hoch die Matching-Zahlung ausgedrückt als Anteil einer Spende ausfällt. Eine Matching-Rate von 0,1 bedeutet beispielsweise, dass für jeden gespendeten Euro zusätzlich 0,1 Euro durch die Matchig-Zahlung hinzukommen. In der Praxis werden Spenden häufig verdoppelt, das heißt die Matching-Rate beträgt 1.

Die wissenschaftlichen Ergebnisse sprechen nicht gegen eine solche Wahl. Zwar sind unter Umständen auch niedrigere Matching-Raten effektiv, die Matching-Rate auf 1 anzuheben, wurde jedoch in keinem Fall als kontraproduktiv identifiziert. Zudem führen Matching-Raten über 1 zumindest bei Feldexperimenten meist zu keinem stärkeren Effekt. Diese Ergebnisse zur Matching-Rate beziehen sich sowohl auf die Spendenwahrscheinlichkeit als auch die Spendeneinnahmen exklusive der Matching-Zahlungen. Betrachtet man hingegen die Spendeneinnahmen inklusive der Matching-Zahlungen, führen höhere Matching-Raten zu höheren Einnahmen.

Langfristige Wirkungen?

Ein wichtiger Aspekt, der in der Forschung bisher unzureichend untersucht wurde, ist die langfristige Auswirkung von Matching. Kann Matching die Spendenbereitschaft dauerhaft erhöhen, oder werden positive Effekte während einer Matching-Kampagne durch einen entsprechenden Rückgang der Spenden in der darauffolgenden Zeit zunichte gemacht? Die wenigen Studien, die sich mit dieser Frage bisher befasst haben, finden positive, negative oder keine Effekte auf das Spendenverhalten in der Zeit nach einer Matching-Kampagne.

Forschung noch am Anfang

In der Forschung werden zunehmend auch Abwandlungen des klassischen Matchings untersucht, wie beispielsweise die Verdopplung von Spenden erst ab einer gewissen Spendenhöhe. Bei all diesen alternativen Matching-Strategien steckt die Forschung noch am Anfang. Es wird interessant zu sehen sein, welche Abwandlungen sich als besonders sinnvoll erweisen werden.

Zur Studie: *Epperson, R. und Reif, C. (2019). Matching Subsidies and Voluntary Contributions: A Review. Journal of Economic Surveys, 33 (5): 01578-1601*

Raphael Epperson ist Doktorand der Volkswirtschaftslehre an der Universität Mannheim. In seiner Forschung befasst er sich mit dem Spendenverhalten von Individuen und untersucht dieses mit Hilfe experimenteller Methoden. Dazu gehört auch die Durchführung von Feldexperimenten mit Non-Profit-Organisationen.
▶ raphael.epperson@gess.uni-mannheim.de

Ein Panorama aus Koalitionsmöglichkeiten

Schnittstellenmanagement im Fundraising

Wer kennt das nicht? Eine Aufgabe ist endlich erledigt, und der Sachverhalt wird abgelegt. Was eine andere Person oder Abteilung damit macht, ist oft unklar. In zeitkritischen Prozessen sowie betrieblichen Strukturumbrüchen kann das dazu führen, dass die als nächste oder gar letzte involvierte Instanz massiv unter Druck gerät. Herausforderungen wie unklare Zuständigkeiten, Ressourcenkonflikte, abteilungsübergreifende Missverständnisse, mangelhafter Informationsfluss, Abstimmungsprobleme sowie Abteilungs-Egoismus können auf der Tagesordnung stehen.

Von REINHARD ORENSE

Schnittstellen sind durch Arbeitsteilung entstandene Transferpunkte zwischen Personen, Projekten, Funktionsbereichen und Unternehmen. Man unterscheidet zwischen betriebsinternen Schnittstellen (zwischen Mitarbeitern, Abteilungen und Geschäftsbereichen) und betriebsexternen Schnittstellen (Organisation – Lieferanten, Organisation – Dienstleister). Wenn Schnittstellen zu einer organisatorischen Koordinationsaufgabe werden, bietet dies ein Panorama an interdisziplinären Verbindungsmöglichkeiten. Das Ziel des Schnittstellenmanagements ist daher die systematische Koordination der Zusammenarbeit von konformen Unternehmensbereichen.

Systematische Koordinationsaufgabe

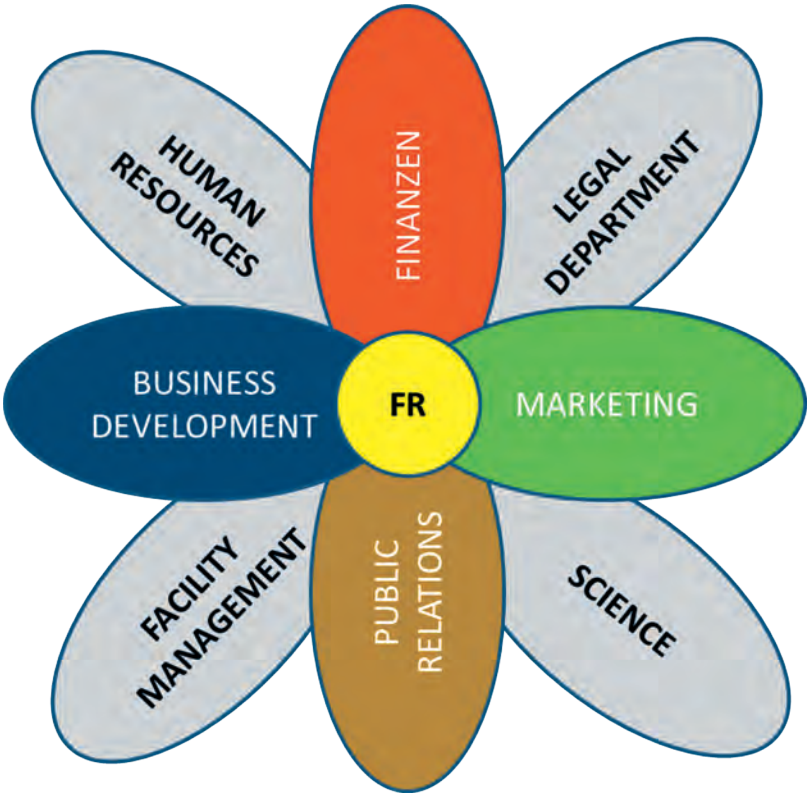
Fundraising stellt ein sehr komplexes Managementgerüst dar, welches mit diversen Verbindungen zu Unternehmensbereichen wie Marketing, Public Relations, Finance, Business Development, Legal Departement, unter anderem auch Human Resources, Science und Facility Management verknüpft ist. Die Aufgabe des Schnittstellenmanagements ist daher, diese Verbindungen unter einem Effektivitäts- und Effizienzaspekt zu analysieren, zu planen, zu gestalten und vor allem von Zeit zu Zeit zu kontrollieren und erneut zu evaluieren.

Wenn man sich ausführlich mit den systematisch zu koordinierenden Schnittstellen im Fundraising-Prozess auseinandersetzt, identifizieren wir in der Praxis folgende Herausforderungen, welche direkt im Managementzusammenhang stehen:

- Optimierung von Prozessen und Abläufen
- Verbesserung der betrieblichen Leistungspotenziale
- Risikominderung sowie Vermeidung von Informationsverlust
- Effizienzsteigerung sowie Konfliktvermeidung
- Umgang mit immer mehr komplexen bereichsübergreifenden Daten

Der Grundsatz des Schnittstellenmanagements sollte wie folgt lauten: „Wir alle im Team sind für das Gesamtergebnis gemeinsam verantwortlich". All jene, die im Prozess involviert sind, sollten das große Ganze vor Augen haben. Gleichzeitig müssen auch die Anforderungen der jeweils bekannten Nachbarschnittstellen bekannt sein – jene Verbindungen zwischen Marketing, Finance, Public Relations, Business Development und anderen konformen Unternehmensbereichen. Diese Anforderungen gilt es beispielsweise in Prozessdokumentationen, Ablaufdiagrammen oder Schnittstellenvereinbarungen festzuhalten.

Empfehlenswert ist, nicht nur generell die Interaktion zwischen Unternehmensbereichen zu betrachten, sondern sich auch auf konkrete Prozesse zu beziehen.



Schnittstellen erkennen und gestalten

Im Hintergrund sollte immer festgehalten werden, dass die Performance ausgewählter Abläufe stets verbessert wird. Erwähnenswert ist daher, dass bereits die Darstellung der Schnittstellen für das Thema Schnittstellenmanagement sensibilisiert, weil den Beteiligten meistens nicht bewusst ist, wie das Gesamtergebnis entsteht. Folgende Parameter spielen dabei eine essenzielle Rolle, wenn es schließlich um die Modellierung oder Gestaltung des Schnittstellenmanagements geht:

- Erkennen und Ausarbeitung von interdisziplinären Prozessen
- Ansatz- und Prozessdefinition sowie Dokumentation
- Analyse und Modellierung der Schnittstellen
- Gestaltung des Schnittstellenmanagements
- Simulation und Evaluierung der Auswirkungen des Schnittstellenmanagements
- Implementierung sowie Schlussbetrachtung und Kontrolle

Kein System kann humane Führung ersetzen, und genau dafür steht das Schnittstellenmanagement. Es versucht die Probleme, die durch Schnittstellen entstehen, zu eliminieren und einen möglichst reibungslosen Prozessablauf zu gewährleisten. Mittels Schnittstellenmanagement werden unvollständige Aufgaben und vor allem mangelhafte Prozesse vermieden. Folgerichtig stehen im Vordergrund nicht mehr isolierte Einzelaktionen, sondern ein „sinnvolles Ganzes". Langfristig kann diese Managementaufgabe vor allem ein strategischer Treiber und somit ein wichtiger Trumpf für die Wettbewerbsfähigkeit sein.

Reinhard Orense, M.A., ist Fundraising-Manager bei der St. Anna Kinderkrebsforschung. Als Absolvent der Studiengänge Wirtschaftskommunikation und Internationale Wirtschaftsbeziehungen ist er seit mehr als 15 Jahren in strategisch beratender Funktion für NPO-Management, Fundraising sowie Kommunikation tätig. Er verstärkt sein berufliches Umfeld mit langjähriger Expertise für Fundraising-Strategien, Direkt-Marketing, Datenbanken, Marktforschung und Business Development.
▶ **www.kinderkrebsforschung.at**

GOB SOFTWARE & SYSTEME

UNITOP – DIE MARKTFÜHRENDE SOFTWARE FÜR SPENDENORGANISATIONEN.

Mit über 300 Installationen
und 30 Millionen Spendern.

- Adress- und Spendenverwaltung
- Microsoft Outlook Integration
- FundraisingBox-Schnittstelle
- Patenschaftsverwaltung
- Kampagnenmanagement
- Projektverwaltung
- Erbschafts- und Bußgeldverwaltung
- Finanzbuchhaltung
- Warenwirtschaft
- etc.

UNITOP®
NPO FUNDRAISING
DIE GANZHEITLICHE LÖSUNG

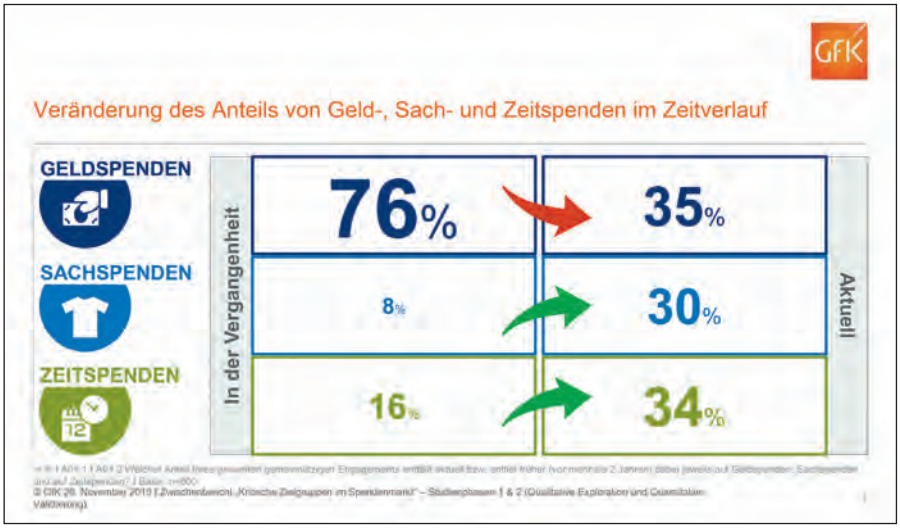
Ihr Ansprechpartner ist:
Tim Wagemans
+49 2151 349-1130
+49 1511 46 55 141
tim.wagemans@gob.de
www.gob.de/fundraising_uebersicht

GOB Software & Systeme GmbH Co. KG
Europark Fichtenhain A5
47807 Krefeld

Was motiviert Nichtspender?

Deutsche spenden lieber Zeit als Geld

Spenden für Kinder in Not, für die Umwelt, für Bedürftige – das Angebot ist groß und die Auswahl fällt häufig gar nicht leicht. Hinzu kommt, dass man heute sehr genau darauf schaut, wofür man Geld ausgibt. Das Einkommen wird lieber gespart oder für sich oder die Familie ausgegeben. Das zeigt auch die aktuelle GfK-Studie „Kritische Zielgruppen im Spendenmarkt". Darin wurden in einem dreistufigen Ansatz die Gründe und Motive für den Rückgang der Geldspenden bei den kritischen Zielgruppen analysiert.



Von BIANCA CORCORAN-SCHLIEMANN

Insgesamt sank die Anzahl der privaten Geldspender in Deutschland im ersten Halbjahr 2019 erneut – auf 13 455 Millionen Menschen. Das sind 700 000 Geldspender weniger als im Vergleichszeitraum 2018. Nur jeder fünfte Deutsche hat somit im ersten Halbjahr 2019 mindestens einmal gespendet. Seit Beginn der Berichterstattung im Jahr 2005 ist das der niedrigste Wert. Auf der anderen Seite lag das Spendenvolumen im selben Zeitraum mit 2,2 Milliarden Euro etwas höher als im Vorjahr. Im Umkehrschluss bedeutet das: Zwar spenden weniger Menschen regelmäßig, der Betrag der Spende hat sich jedoch erhöht.

In der GfK-Studie ist deutlich eine Verschiebung der Spenden zu beobachten: weg von Geld-, hin zu Sach- und Zeitspenden. Rund 70 Prozent der Befragten, die 2018 noch Geld an gemeinnützige Organisationen spendeten, tun das nun in Form von Sachgütern oder Zeit.

Es sind vorrangig Geldspenden-Abwanderer zwischen 30 und 69 Jahren, die in Zwei-Personen-Haushalten leben. Sie kommen aus allen Einkommensschichten, sind aber verstärkt in der mittleren Einkommensklasse zu finden (2000 – 2999 € Haushaltsnettoeinkommen). Doch diese Informationen allein reichen nicht aus, um die Zielgruppe der Geldspenden-Abwanderer besser zu verstehen und sie wieder zu reaktivieren.

Ihre Gründe sind vielfältig, Fakt ist jedoch, dass sich die Befragten nach wie vor wohltätig engagieren wollen. Obwohl Geldspenden einfach und unkompliziert sind, schaffen sie es trotzdem nicht, alle Bedürfnisse (wie das Bedürfnis nach sozialen Kontakten/Gemeinschaft, keine Veruntreuung, volle Transparenz, aber auch Erleichterung im Sinne von Ballast abwerfen) der Spender zu befriedigen. Die GfK-Studie zeigt zum Beispiel, dass bei gemeinnützigen Engagements vor allem drei Aspekte für Befragte wichtig sind. Zum einen spielt die Transparenz in Bezug auf die Verwendung der Spenden eine große Rolle. Zum anderen können Spender dadurch eine stärkere Verbindung mit den Unterstützten wahrnehmen. Und zu guter Letzt bieten Zeitspenden die Möglichkeit der direkten und persönlichen Rückmeldung. ◘

Zur Studie

Die umfassende Studie „Kritische Zielgruppen im Spendenmarkt" beantwortet auf rund 100 Seiten unter anderem Fragen wie: Was erwarten Befragte, die bislang Geld spendeten und nun Sach- oder Zeitspenden tätigen, von gemeinnützigen Engagements? Welche Motive stecken dahinter? Welche Aspekte spielen bei der Wahl des gemeinnützigen Engagements eine Rolle?, und vieles mehr. Die Studie liefert damit Ansatzpunkte, um kritische Zielgruppen im Spendenmarkt gezielt anzusprechen und (wieder) für Geldspenden zu gewinnen. Die drei Stufen beinhalten

- die qualitative Exploration via GfK SocioLog,
- die quantitative Validierung bei 600 Abwanderern der qualitativ ermittelten Insights, insbesondere der Gründe für den Geldspenden-Rückgang sowie der Treiber und Barrieren bzgl. Geldspenden und alternativen Spendenformen via Befragung und
- einen Co-Creation-Workshop, eine kreative Erarbeitung von Ideen und Ansatzpunkte für konkrete Maßnahmen zur Rückgewinnung zwischen Geldspenden-Abwanderern und Branchenexperten.

Im **GfK Charity Panel** werden monatlich 10 000 in Deutschland lebende Personen in einer repräsentativen Stichprobe zu ihrem Spendenverhalten regelmäßig schriftlich mittels Tagebuch befragt. Als Spende zählen die von deutschen Privatpersonen freiwillig getätigten Geldspenden an gemeinnützige Organisationen, Hilfs- sowie Wohltätigkeitsorganisationen und Kirchen. Nicht enthalten sind Erbschaften und Unternehmensspenden, Spenden an politische Parteien und Organisationen und gerichtlich veranlasste Geldzuwendungen, Stiftungsneugründungen und Großspenden über 2500 Euro.

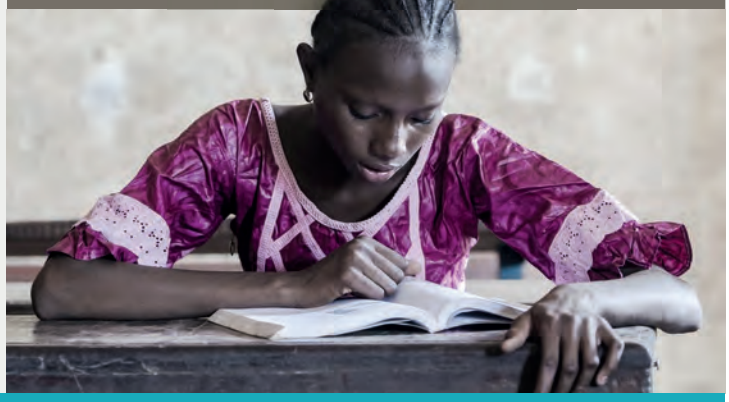
▶ **www.gfk.com**

Wir sind **Socialminds**

Eine Full-Service-Fundraising Agentur für NGOs

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. Aufgrund unserer 25-jährigen Erfahrung wissen wir, was funktioniert und was nicht. Wir wissen wie sich die besten Ergebnisse erzielen lassen, damit Ihre Organisation die Welt ein wenig glücklicher machen kann.

SOCIALMINDS KOMBINIERT DATEN UND KREATIVITÄT ZU KAMPAGNEN MIT GROSSER WIRKUNG. DENN WIR WOLLEN DIE WELT EIN WENIG BESSER MACHEN.



ÜBER SOCIALCALL

Beziehung und Ergebnisse

Wir sind ein Customer Service Center welches sich ausschließlich auf Spendenorganisationen spezialisiert hat. Ob Service oder Beratung – wir möchten immer das Beste mit unseren Gesprächen erreichen. Spendenbetreuer geben ihr Bestes, um die bestmöglichen.
Ergebnisse zu erzielen: eine dauerhafte Beziehung zu Ihren Spendern aufzubauen und mehr Spenden um Gutes zu tun. Jeder telefonische Kontakt zum Spender ist wichtig. Wir unterstützen NGOs erfolgreich dabei und schaffen einen wichtigen Mehrwert für Spender und Hilfsorganisationen.

ÜBER FREIANZEIGEN.DE

Maximale Reichweite, minimale Kosten

Mit dem Portal Freianzeigen. de unterstützen wir Hilfsorganisationen und bringen ihre Anliegen voran. Hilfsorganisationen benötigen Reichweite, um auf sich aufmerksam zu machen.
Freianzeigen.de hilft ihnen dabei, in Tageszeit-schriften, Magazine, Regionalzeitschriften etc. zu gelangen, ohne den direkten Kontakt zu den Verlagen herstellen zu müssen. Wir von Freianzeigen.de übernehmen die aktive Ansprache der Verlage und kümmern uns um die Vermarktung der Anzeigen.

socialminds | socialcall. Freianzeigen.de

030 30 80 96 49
info@socialminds.de

Seminare und Tagungen im Überblick

JANUAR

Warum Menschen spenden – Motive von Förderern berücksichtigen und strategisch Beziehungen aufbauen
27.01., Münster
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Spenderpsychologie – Zustimmung, Vertrauen, Gemeinsamkeiten & Trends
28.01., Hamburg
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Design Thinking – Neue Ideen fürs Fundraising entwickeln
29.01., Berlin
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Arbeit, Beschäftigung und Bildung: Förderung im Europäischen Sozialfonds (ESF)
29. & 30.01., Berlin
www.emcra.eu

Ausbildungskurs Referent/-in Online-Fundraising
29.01.–29.04., Siegburg & Schmitten
www.fundraisingakademie.de

5. Zürcher Stiftungsrechtstag
30.01., Zürich
www.ius.uzh.ch

Regionalgruppentreffen Bürgerstiftungen Regionalgruppe Baden-Württemberg
31.01., Stuttgart
www.buergerstiftungen.org

Internationaler Cradle to Cradle Congress
31.01.–01.02., Berlin
www.c2c-congress.org

FEBRUAR

Seminar: Persönlichkeit und Motivation im Fundraising
03.02., Stuttgart
www.fundraisingakademie.de

Fundraising für Umwelt und Entwicklung
03. & 04.02., Münster
www.franz-hitze-haus.de

Jahresforum Stiftungsforum
03. & 04.02., Düsseldorf
www.stiftungsakademie.de

Ihr Termin fällt hier nicht auf?

Mit einer Kalender-Anzeige im Fundraiser-Magazin machen Sie effektiv Werbung für Ihre Veranstaltungen. Sorgen Sie hier für mehr Bekanntheit und laden Sie neue Besucher ein!

Eine Kalender-Anzeige im Fundraising-Kalender (42 mm breit x 42 mm hoch) kostet nur **99,– €***

Senden Sie bitte einfach Ihre Veranstaltungshinweise und Kalender-Anzeigen an: termin@fundraising-kalender.de
Redaktionsschluss und Erscheinungstermin erfahren Sie unter www.fundraiser-magazin.de

Haben Sie Fragen zu Kalender-Anzeigen, sprechen Sie bitte mit Matthias Daberstiel.
Telefon: +49 (0)3 51/8 76 27-70, termin@fundraising-kalender.de

* zuzüglich Mehrwertsteuer, gilt ausschließlich für Kalender-Anzeigen!

Winterakademie Stiftungsmanagement
03.–13.02., Schwanenwerder
www.stiftungsakademie.de

Dreimoduliger Kurs: Referent/-in Database Fundraising
04.02.–30.09., Siegburg
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Fördermittel für gemeinnützige Projekte
05.02., Augsburg
foerder-lotse.de

15. Euroforum-Jahrestagung „Die Non-Profit-Organisation 2020"
05.–07.02., Köln
www.npo-tagung.de

Workshop: Fundraising-Grundlagen: Wie Sie Freunde und Spenden für Ihre gute Sache gewinnen
07.02., Zürich
www.kampagnenforum.ch

Start der Weiterbildungsreihe „Wirkungsmanager*in mit Zertifikat"
10.02., Köln
www.phineo.org

Dreimoduliger Frühjahrskurs: Fundraising-Referent/-in
10.02.–14.05., Berlin
www.fundraisingakademie.de

6. Online Fundraising Forum
11.02., Köln
www.online-fundraising-forum.de

Seminar: Social Media für Verbände
11.02., Bonn
verbaende.com

Seminar: Stiftungsmanagement – Die Grundlagen
12.02., München
www.stiftungsakademie.de

Start der Weiterbildungsreihe „Wirkungsmanager*in mit Zertifikat"
12.02., Berlin
www.phineo.org

Seminar: Geldauflagenmarketing: Wie Sie systematisch neue Zuweiser gewinnen
12.02., Hannover
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Wirkungsorientierung auch für kleinere Social Profits – eine Schritt für Schritt-Anleitung
13.02., München
www.ibpro.de

6. Online Fundraising Forum
13.02., Berlin
www.online-fundraising-forum.de

Seminar: Wirkungsorientierung auch für kleinere Social Profits – eine Schritt für Schritt-Anleitung
13.02., München
www.ibpro.de

14. Stiftungsrechtstag
14.02., Bochum
www.ruhr-uni-bochum.de

Regionalgruppentreffen Bürgerstiftungen, Regionalgruppen Nord und Niedersachsen
14.02., Braunschweig
www.buergerstiftungen.org

15. Norddeutscher Fundraisingtag
17. & 18.02., Hamburg
fundraising-nord.de

Fundraising und Fördermittelakquise
17.–21.02., Berlin
www.vhsit.berlin.de

Start der Weiterbildungsreihe „Wirkungsmanager*in mit Zertifikat"
19.02., München
www.phineo.org

Seminar: Die neue EU-Förderperiode ab 2021
20.02., Berlin
www.emcra.eu

Fundraising Symposium 2020
20. & 21.02., Frankfurt am Main
www.fundraising-symposium.de

5. Vereinsrechtstag 2020
21.02., Frankfurt am Main
www.vereinsrechtstag.de

Seminar
24. März 2020, Berlin

Erbschaftsfundraising in und für Stiftungen

Frühbucherpreis bis 2.3.2020

Weitere Info und Anmeldung:
www.ESV-Akademie.de/Erbschaft

ESV AKADEMIE

Seminar: Kampagnen-Strategie
21. & 22.02., Berlin
www.campaigning-academy.com

Weiterbildungskurs: Professionelles Management von Ehrenamtlichen
21.02.–21.11., Nürnberg
hochschul-kooperation-ehrenamt.de

Intensivlehrgang: Mitarbeitendenführung in NPO
23.–28.02., Säntis
www.vmi.ch

Basiskurs Freiwilligenkoordination
24.–26.02., Berlin
ehrenamt.de

Seminar: Design Thinking – Mit Empathie und Kreativität Innovationen schaffen
25.02., Wien
www.fundraising.at

Seminar: Fundraising-Strategie
25.02., Berlin
www.fundraisingakademie.de

25ste SOZIALWIRTSCHAFTLICHE MANAGEMENTTAGUNG MAINZ AM RHEIN

4. MÄRZ 2020

AULA DER HOCHSCHULE MAINZ

www.swmt.org

Seminar: Datenschutz in Stiftungen
27.02., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Seminar: Online-Fundraising
27.02., Berlin
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Wirkungsorientierte Förderung: Venture Philanthropy und weitere Finanzierungsinstrumente. Eine Einführung für Stiftungen
28.02., Frankfurt am Main
www.stiftungsakademie.de

MÄRZ

Seminar: Erfolgreich Sponsoren und Spender gewinnen und binden
02. & 03.03., Berlin
www.kbw.de

Seminar: Eigenmittel gewinnen durch Fundraising
02. & 03.03., Berlin
www.ba-kd.de

Fundraising TAGE

MÜNCHEN,
5. MÄRZ 2020

INFORMATIONEN & ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

Ausbildungsgang: Engagementberatung – Organisationen bei der Förderung von Engagement begleiten
02.03.–15.09., Berlin
ehrenamt.de

Fundraising Baumarkt 2020 – Einfach machen
03. & 04.03., Loccum
www.loccum.de

25. Sozialwirtschaftliche Managementtagung 2020
04.03., Mainz
www.swmt.org

Fundraisingtag München
05.03., München
www.fundraisingtage.de

Seminar: Basiswissen Stiftung – Gemeinnützigkeit, Spenden und Steuern
05.03., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Seminar: Fundraising in der Praxis – Wie Sie Spender und Sponsoren gewinnen
05.03., Frankfurt am Main
www.fundraisingakademie.de

Regionalgruppentreffen Bürgerstiftungen Regionalgruppe Bayern
06.03., München
www.buergerstiftungen.org

Seminar: Erfolgreiche Korrespondenz mit Spenderinnen und Spendern
09.03., Wien
www.npo-academy.com

Seminar: PR-Kampagnen für Fundraising in Printmedien
09.03., Köln
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Netzwerkmanagement und Netzwerkkoordination professionalisieren
09. & 10.03., Berlin
ehrenamt.de

Intensiv-Lehrgang Stiftungsmanagement 2020
09.–13.03., Basel
ceps.unibas.ch

17. Mitteldeutscher Fundraisingtag
10.03., Jena
www.fundraisingforum.de

Seminar: Basiswissen Stiftung – Rechnungslegung und Prüfung
10.03., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Basisseminar: Steuerprobleme und -risiken der Gemeinnützigen
10.03., Berlin
www.verbaende.com

FACHTAG

„FUNDRAISING IM GESUNDHEITSWESEN“

am 17. März 2020
Frankfurt am Main

Forum Aktive Bürgerschaft 2020
11.03., Berlin
www.aktive-buergerschaft.de

Seminar: Fundraising „kompakt“ Modernes Fundraising in der Praxis
11. & 12.03., Wien
www.npo-academy.com

Zertifikatslehrgang: Fundraising in Vereinen und NPOs
11.03.–02.04., Wien
www.npo-academy.com

2. Münchner Stiftungstag
12.03., München
www.sonet-muenchen.de

Seminar: Kooperationen zwischen Unternehmen und NPOs gewinnbringend gestalten
13.03., Wien
www.npo-academy.com

2te SOZIALWIRTSCHAFTLICHE MANAGEMENTTAGUNG VILLINGEN-SCHWENNINGEN

26. MÄRZ 2020

DUALE HOCHSCHULE BADEN-WÜRTTEMBERG GEBÄUDE C

www.swmt.org

Regionalgruppentreffen Bürgerstiftungen, Regionalgruppe Nordrhein-Westfalen
13.03., Duisburg
www.buergerstiftungen.org

Seminar: Zusammenarbeit agil(er) gestalten: Effektiv – Exzellent – Erfolgreich
13.03., Kassel
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Online-Fundraising (in English)
16.03., Berlin
www.npo-academy.com

Seminar: Schnittstelle Freiwilligenkoordination – Geklärt agieren und kommunizieren
16. & 17.03., Berlin
ehrenamt.de

European Fundraising Course
16.–20.03., Berlin
www.npo-academy.com

Fachtag Fundraising im Gesundheitswesen
17.03., Frankfurt am Main
www.dfrv.de

Seminar: Aktuelle Praxisfragen zum Vereinsrecht
17.03., Berlin
www.esv.info

Auf den gelb hervorgehobenen Veranstaltungen liegt das Fundraiser-Magazin für Sie aus oder ist Medienpartner. Möchten auch Sie mit uns kooperieren?
Schreiben Sie an **verlag@fundraiser-magazin.de**.

Ihre Veranstaltung fehlt hier? Schreiben Sie an **termin@fundraiser-magazin.de**.

Für Werbung im Fundraising-Kalender wenden sie sich bitte an **verlag@fundraiser-magazin.de**.

Mehr Termine lesen Sie **auf der nächsten Seite!**

Schneller, aktueller und noch mehr finden Sie auf **www.fundraising-kalender.de**

Seminar: Fundraising Strategy
How to set the path to the future
17.03., Berlin
www.npo-academy.com

Seminar:
Online-Fundraising (in Englisch)
18.03., Berlin
www.npo-academy.com

Stiftungsforum
Metropolregion Rhein-Neckar
18.03., Sinsheim
www.falk-co.de

Forum Freiwilliges Engagement
18.03., Wien
www.fundraising.at

Seminar: Individual Major Gifts
Strategic, sustainable, effective –
the No.1 growth area for fundraising
18.03., Berlin
www.npo-academy.com

Major Donor Fundraising Course
Specially designed training for
securing major donations from
a variety of sources
18.–20.03., Berlin
www.npo-academy.com

Seminar: Legacy Fundraising –
How to do it right and successfully
19.03., Berlin
www.npo-academy.com

Seminar: Major Donor Fundraising
Course Specially designed training
for securing major donations from
a variety of sources
19.–21.03., Berlin
www.npo-academy.com

Lehrgang „Fundraising Kompakt"
19.03.–03.04., Wien
www.fundraising.at

Seminar: Corporate Partnerships:
How to build and develop long term,
sustainable partnerships
20.03., Berlin
www.npo-academy.com

Regionalgruppentreffen Bürger-
stiftungen, Regionalgruppe Ost
20.03., Berlin
www.buergerstiftungen.org

Seminar: Individual Major Gifts
Strategic, sustainable, effective –
the No.1 growth area for fundraising
21.03., Berlin
www.npo-academy.com

4. Fundraisingtag der Bremischen
Evangelischen Kirche und der
Evangelisch-Lutherischen Kirche
in Oldenburg
21.03., Bremen
www.kirche-bremen.de

Intensivlehrgang: Rechnungswesen
und Controlling in NPO
22.–27.03., Sigriswil
www.vmi.ch

Seminar: Fundraising „kompakt" –
Modernes Fundraising in der Praxis
23. & 24.03., Köln
www.npo-academy.com

Digital Social Summit
23. & 24.03., Berlin
digital-social-summit.de

Zertifikatslehrgang:
Fundraising in Vereinen und NPOs
23.–28.03., Köln
www.npo-academy.com

Fundraising TAGE
GELSENKIRCHEN,
26. MÄRZ 2020
INFORMATIONEN & ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

Workshop: Professionelle
Fördermittelakquise für
Organisationen der Sozialwirtschaft
24.03., Berlin
www.bfs-service.de

Seminar: Wirkungsvolle Unter-
nehmenskooperationen:
Vom Bitten zum Bieten!
Corporate Social Responsibility
als Chance für NGOs gewinnen
24.03., Berlin
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Großspenden-Fundraising
25.03., Köln
www.npo-academy.com

International Fairtrade Conference
25.03., Berlin
www.fairtrade-deutschland.de

Seminar: So wird Ihr Verband
im Internet sichtbar:
Der richtige Online-Marketing-Mix
25.03., Bonn
verbaende.com

Institutional Money Kongress 2020
25. & 26.03., Wiesbaden
www.institutional-money.com

Fundraisingtag NRW
26.03., Gelsenkirchen
www.fundraisingtage.de

Seminar: Online-Fundraising
26.03., Köln
www.npo-academy.com

4. NPO Communication Summit
26.03., Wien
www.fundraising.at

2. Sozialwirtschaftliche
Managementtagung 2020
26.03., Villingen-Schwenningen
www.swmt.org

Seminar: Die DSGVO im Verband
richtig anwenden lernen
26.03., Düsseldorf
www.verbaende.com

Fundraising Forum 2020:
Wunderwaffe Wertschätzung
goes Fundraising!
26. & 27.03., Berlin
netzwerk-m.de

Seminar: Unternehmenskoopera-
tionen für Vereine und NPOs – Wie Sie
diese gewinnbringend gestalten
27.03., Köln
www.npo-academy.com

Seminar: Digitale Freiwilligen-
gewinnung 2.0 – Tools und Kanäle
zur Gewinnung von jungen
Freiwilligen kennenlernen
27.03., Berlin
ehrenamt.de

Fachtag Fundraising
für diakonische Unternehmen
27.03., Berlin
www.diakonie.de

Regionalgruppentreffen
Bürgerstiftungen, Regionalgruppe
Hessen/Rheinland-Pfalz
27.03., Darmstadt
www.buergerstiftungen.org

Training für erfolgreiche(re)
Spendenmailings
28.03., Köln
www.npo-academy.com

Seminar: Online-Fundraising
30.03., Wien
www.npo-academy.com

Seminar: Personalführung
und -entwicklung in Stiftungen
30.03., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Kurs: Ich bin (bald) Vorstand – und
jetzt? Ein Überblick über die
wichtigsten Aufgaben, Rechte und
Pflichten eines Vorstands
30.03.–29.09., Berlin
ehrenamt.de

Seminar: Medium- und
Großspenden-Fundraising
31.03., W ien
www.npo-academy.com

APRIL

Seminar: Training für
erfolgreiche(re) Spendenmailings
01.04., Wien
www.npo-academy.com

Start Berufsbegleitender
Masterstudiengang: Nonprofit-
Management & Governance
01.04., Münster
www.wwu-weiterbildung.de

Seminar: Fördermittel
für gemeinnützige Projekte
01.04., Kassel
foerder-lotse.de

Seminar: Erbschaftsfundraising
für Vereine und NPOs
02.04., Wien
www.npo-academy.com

Seminar: Einführung in das
professionelle Fundraising –
Wie Sie Spender und Sponsoren
für Ihre gute Sache gewinnen
02.04., Hannover
www.fundraisingakademie.de

Zertifizierter Fundraising-Lehrgang
(5 Module)
02.04.–10.09., München
www.ibpro.de

Seminar: Förderermagazine
als Spenderbindungsmittel
06.04., Berlin
www.npo-academy.com

11. DHV-HRK-Fundraising-
Symposium
06.04., Berlin
www.hochschulverband.de

Seminar: Erfolgreich Mitglieder
für Non-Profit-Organisationen
gewinnen und binden
06. & 07.04., Berlin
www.kbw.de

Seminar: Storytelling – Wie aus
Fakten erlebbare Geschichten
werden, die begeistern und
unterhalten
07.04., Berlin
www.npo-academy.com

DEUTSCHER FUNDRAISING KONGRESS
22. bis 24. April 2020
in Kassel

Seminar: Storytelling –
Wie Sie aus Fakten, Werten und
Visionen Geschichten entwickeln,
die begeistern
15.04., Wien
www.npo-academy.com

Intensivlehrgang: Fundraising
19.–24.04., Muntelier
www.vmi.ch

Weiterbildung: CAS Nonprofit
Governance & Leadership 2020
20.04.–11.06., Basel
ceps.unibas.ch

1st International Face2Face Congress

Nov. 17th–19th 2020, Vienna – Austria

www.f2f-fundraising.com

Seminar: Die neue EU-Förderperiode ab 2021
21.04., Berlin
www.emcra.eu

Seminar: Stiftungsmanagement – Die Grundlagen
21.04., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Deutscher Fundraisingkongress 2020
22.–24.04., Kassel
www.fundraising-kongress.de

Seminar: Struktur der öffentlichen Förderlandschaft in Deutschland
22.–24.04., Berlin
www.emcra.eu

Ausbildungsgang Strategisches Freiwilligenmanagement
22.04.–09.09., Berlin
ehrenamt.de

Seminar: Öffentliche Fördermittel: Projekte professionell entwickeln
24.04., Berlin
www.emcra.eu

Basiskurs Freiwilligenkoordination
24. & 25.04., Berlin
ehrenamt.de

Seminar: Fundraising-Grundlagen für kleine und mittlere Stiftungen
27.04., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Seminar: Online-Fundraising für kleine und mittlere Stiftungen
28.04., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Seminar: Erfolgreiches Erbschaftsmanagement
29.04., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Seminar: Begeistern und gewinnen – Wie Sie durch Charisma und Persönlichkeit überzeugen: sicheres und souveränes Auftreten auf jedem Parkett
29.04., Hamburg
www.fundraisingakademie.de

16. Deutsches CSR-Forum
29. & 30.04., Stuttgart
www.csrforum.eu

MAI

Seminar: Spendenbrief und Co. – Erfolgreiche Fundraising-Mailings entwickeln
04.05., Hannover
www.fundraisingakademie.de

Seminar: EU-Projekte professionell entwickeln
04. & 05.05., Berlin
www.emcra.eu

Seminar: EU-Projektentwicklung – Von der Idee zum Projekt
04.–06.05., Berlin
www.emcra.eu

Workshop: Gewaltfreie Kommunikation im Berufsleben
04.–08.05., Wriezen
www.franzenhof.de

Seminar: Fördermittelgewinnung bei Stiftungen
05.05., Berlin
www.bfs-service.de

Fachtagung Kulturfundraising und -Sponsoring
05.05., Wien
www.fundraising.at

Seminar: Spende und Sponsoring
05.05., Berlin
www.stiftungsakademie.de

25. acn-Konferenz
05.–07.05., Heidelberg
www.alumni-clubs.net

Seminar: EU-Projekte – Partner suchen, finden und einbinden
06.05., Berlin
www.emcra.eu

Seminar: Kapital-Kampagne – Fundraising für größere Investitionen
07.05., Stuttgart
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Online-Fundraising
08.05., Frankfurt am Main
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Digitale Ansprache und Zusammenarbeit von und mit Engagierten – Wie geht das?
11. & 12.05., Berlin
ehrenamt.de

Seminar: Erfolgreiche Korrespondenz mit Spenderinnen und Spendern – Mit gelungenen Texten ansprechen und binden
12.05., Berlin
www.npo-academy.com

Seminar: Persönlichkeit und Motivation im Fundraising
12.05., Berlin
www.fundraisingakademie.de

Schneller, aktueller und noch mehr finden Sie auf **www.fundraising-kalender.de**

Fundraising Symposium

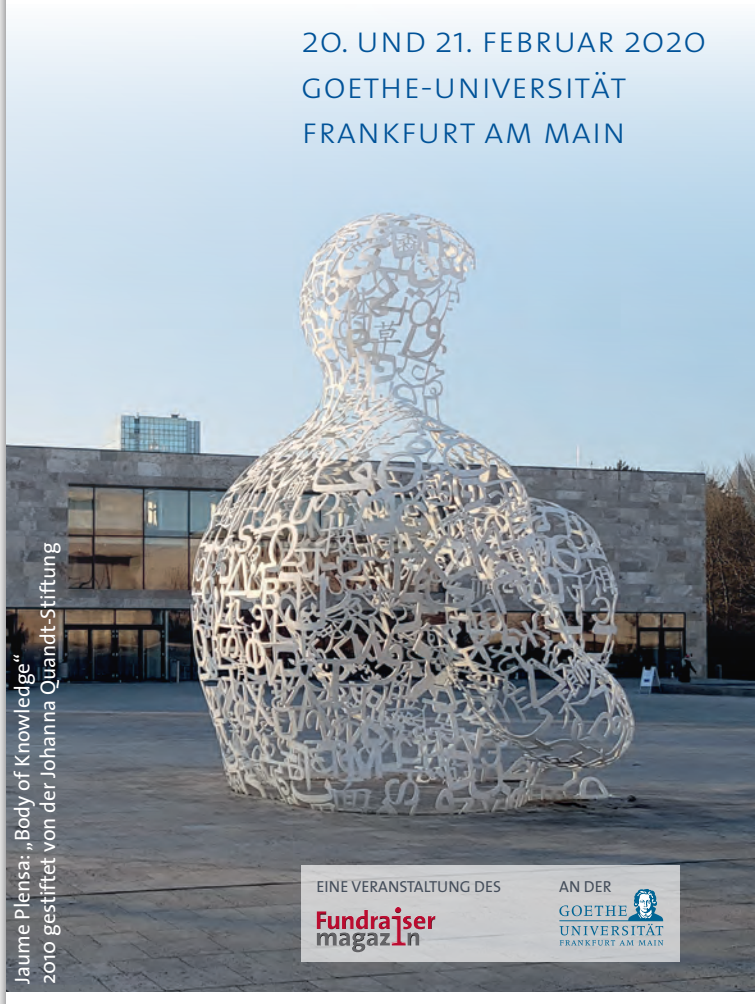
Fachwissen, Vertiefung und Impulse zum Thema

Donor Journey – mit Werten überzeugen

Erfahrungsaustausch zwischen Fundraising-Profis aus Deutschland, Österreich und der Schweiz

KEYNOTE-SPEAKER
ANNA HESSENBRUCH
DR. THOMAS ZACHAU

20. UND 21. FEBRUAR 2020
GOETHE-UNIVERSITÄT
FRANKFURT AM MAIN



FREUNDLICH UNTERSTÜTZT VON

SEXTANT SUPPORTS YOU. · TeleDIALOG Telefon-Fundraising · SCHOMERUS · microm · GOLDWIND gemeinsam wirken · mailalliance

INFORMATIONEN UND ANMELDUNG

www.fundraising-symposium.de

Wirkungsmanager

Nächste Runde der Praxistransfer-Werkstatt für Vordenker

Im Februar 2020 beginnt ein neuer Durchgang der Weiterbildung „Wirkungsmanager*in mit Zertifikat“ in Berlin, Köln und München. In insgesamt vier Modulen lernen die Teilnehmer die Grundlagen des wirkungsorientierten Arbeitens kennen, entwickeln eigene Wirkungslogiken und lernen, wie sie Wirkungsdaten erheben und kommunizieren. Das Besondere: Die Teilnehmer arbeiten gleich zu Beginn an der Lösung eines Problems aus ihrem Projektalltag. 2016 hat die Phineo gAG mit dem Paritätischen Berlin die Weiterbildung ins Leben gerufen. Seitdem haben 130 Teilnehmer aus 100 Organisationen an der Weiterbildung teilgenommen, 40 wurden offiziell zertifiziert. Kooperationspartner sind die Diakonie-Jugendhilfe Oberbayern und Malteser-Werke.

Weiterbildung Wirkungsmanagement 2020 in Berlin oder Köln bzw. München von Februar bis Oktober 2020
▶ www.phineo.org/fuer-organisationen/wirkungsmanager

Wertschätzung

Das „Fundraising Forum 2020“ im März in Berlin hat sich das Motto „Wunderwaffe Wertschätzung goes Fundraising!“ auf die Fahnen geschrieben. Jene Wertschätzung soll, so die Veranstalter, aber nicht nur Spendern oder Förderern entgegengebracht werden, sondern auch den Mitarbeitern der eigenen Organisation. Am zweiten Tag der Veranstaltung besteht die Möglichkeit, vor Ort verschiedene Organisationen zu besuchen, wie beispielsweise die „Selbstwert-Manufaktur“ blu:boks, ein soziales Projekt für benachteiligte Kinder und Jugendliche.

Fundraising-Forum 2020 am 26. und 27. März in Berlin
▶ www.netzwerk-m.de

Zuversicht

„Fundraising verändert alle(s) – oder: Warum wir Zutrauen und Zuversicht als Erfolgsmotoren brauchen.“ Diesen Titel hat sich Susanne Reuter (geschäftsführende Gesellschafterin des Zentrums für Systemisches Fundraising) für ihren Impulsvortrag anlässlich des Fundraisingtags der Evangelischen Kirche Bremen überlegt. Was genau das für sie bedeutet, vertieft sie im Anschluss in einem ganztägigen Workshop. Weitere Workshop-Themen sind unter anderen Spendenbriefe und Unternehmenskooperationen. Und zwischendurch gibt es zur Auflockerung nach dem Mittag Body-Percussion.

4. Fundraising-Tag der bremischen und der oldenburgischen Kirche am 21. März 2020 in Bremen
▶ www.kirche-bremen.de

Verständnis

Verstehen Sie Ihre Spender? Wenn nicht, dann kann Ihnen vielleicht Corinna Heck weiterhelfen. Ihr Seminar „Vom Wunsch zur Realität – Großspenderinnen und -spender finden, verstehen und langfristig binden“ kann sowohl für den Fundraisingtag München als auch für den Fundraisingtag NRW im März gebucht werden. In Gelsenkirchen können die Teilnehmer aus zwölf, in München sogar aus 13 Seminaren wählen. Thematisch finden hier sowohl Fundraising-Einsteiger wie auch Fortgeschrittene das Passende, Vernetzung inklusive.

Fundraisingtag München am 5. März
Fundraisingtag NRW in Gelsenkirchen am 26. März
▶ www.fundraisingtage.de

Sozial und digital

Der „Digital Social Summit“ versteht sich als Veranstaltung an der Schnittstelle zwischen sozial und digital. Strategien, Instrumente und Debatten werden den Summit im März in Berlin prägen. So heißt es ganz offiziell: „Die Mischung aus Lightning Talks, Panels, Workshops, Best-Practice-Präsentationen, Experten-Sprechstunden und Maker Spaces ermöglicht eine besondere Lernerfahrung und ein intensives Networking, das über die Konferenz hinaus reicht.“ Das soll der Zivilgesellschaft zugutekommen, sowohl in der Stadt als auch auf dem Land.

„Digital Social Summit“ am 23. und 24. März in Berlin

▶ www.digital-social-summit.de

Fundraising-Baumarkt 2020

In Loccum soll die Zukunftsfähigkeit des Fundraisings befragt werden

Fundraising von unten, ganz unkompliziert, mit Bordmitteln – Die Evangelische Akademie Loccum will als Veranstalter gemeinsam mit dem „Evangelischen FundraisingService“ Anfang März die zentrale Frage stellen, was Fundraiser verändern können und müssen, damit Fundraising auch zukünftig wirkungsvoll gestaltet werden kann. Der Fokus liegt dabei auf wenigen Mitteln bei gleichzeitigem Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten. Neben internationalen Impulsen aus dem Bereich der Kultur (Marijke Naber, Van-Gogh-Museum Amsterdam; Ronny Krimm, Kulturhaus Mösthinsdorf) bieten die Workshops eine breite Palette an Themen. So widmet sich der Workshop „Storyliving statt Storytelling“ von Susanne Dickel (intovr, Berlin) dem Einsatz von Virtual Reality für NGOs. Weitere Themen sind die Gefühls- und Gedankenwelt von Erblassern oder Datenbank-Fundraising „für Dummies“. Am zweiten Tag lädt Larissa Probst (Deutscher Fundraising-Verband) dazu ein, die Graswurzeln wachsen zu hören. Und warum selbst zu fühlen das Denken ersparen kann, erläutert Andreas Stickler (GfS, Bad Honnef).

19. Fundraisingtagung der Evangelisch-Lutherischen Landeskirche Hannovers vom 3. bis 4. März 2020 in der Evangelischen Akademie Loccum

▶ www.loccum.de

Akademie
Beratung
Wissen

Fundraising Akademie
WERTE GESTALTEN. IDEEN FÖRDERN.

Fortbildung „CSR-Manager/-in (FA)“

Corporate Social Responsibility (CSR): berufsbegleitend, kompakt und praxisorientiert

Unternehmerische Verantwortung als Beruf

Wir informieren Sie gerne unter (069) 580 98 - 124, oder senden Sie eine Mail an: sommer@fundraisingakademie.de

www.fundraisingakademie.de

In Kooperation mit FundConsult

Next Global Level

Das Rana Plaza in Bangladesch ist weltweit zum Inbegriff menschenrechtswidriger Produktionsbedingungen in der Textilproduktion geworden. Die Frage danach, wer schuld an der Katastrophe und dem Tod von mehr als 1100 Menschen ist, die beim Einsturz der Fabrik ums Leben kamen, ist komplex. Fakt ist, dass wir nicht mehr einfach so ein T-Shirt für fünf Euro erstehen können, ohne uns fragen zu müssen, warum es so billig ist. Dafür ist die Welt zu klein geworden. Wie faire Arbeitsbedingungen und Produktionsketten heute aussehen können und müssen, wird auf der International Fairtrade Conference im März in Berlin diskutiert werden. Bereits zum achten Mal treffen sich dazu Akteure aus Industrie, Handel, Politik und Wissenschaft. Höhepunkt der Veranstaltung ist die Verleihung der „Fairtrade Awards 2020".

International Fairtrade Conference am 25. März in Berlin
▶ **www.fairtrade-deutschland.de**

Fundraising.digital

Online-Spenden erhalten die Freundschaft – Unter diesem Motto bietet das Haus des Stiftens gemeinsam mit dem Fundraiser-Magazin erneut acht kostenlose Webinare zu jeweils 60 Minuten in einer Woche an. Die Termine sollte man sich schnell notieren: Im vergangenen Jahr war die Nachfrage enorm hoch. Für jedes Seminar ist eine gesonderte Anmeldung nötig. Parallel zur Webinarwoche haben die Teilnehmer in der dazugehörigen Facebook-Gruppe „Online-Camp für Non-Profits" die Möglichkeit, sich mit den Referenten und Teilnehmern auszutauschen.

Webinarwoche „Online-Spenden erhalten die Freundschaft" vom 30. März bis 2. April
▶ **www.fundraising-digital.org**

Erbschaft

Wer sich im März, Mai und September jeweils drei Tage freischaufeln kann und sich in Sachen Erbschaftsmarketing weiterbilden möchte, sollte mal einen Blick auf den Kurs der Fundraisingakademie werfen, der Ende März in Berlin startet. Als Voraussetzung sollte man bereits mindestens zwei Jahre für eine NGO oder Stiftung aktiv sein. Zusätzlich zu den drei Präsenzphasen werden regelmäßige Treffen zum gegenseitigen Austausch und zur Weiterentwicklung der eigenen Projekte angeboten. Eine regionale Fachgruppe soll im Anschluss weitere Zusammenarbeit ermöglichen.

Fortbildung Erbschaftsmarketing
von März bis September in Berlin
▶ **www.fundraisingakademie.de**

Weiterbildung online
VEREIN 3.0
lernen. vernetzen. engagieren.
www.vereindreinull.de
Die Online-Plattform für Vereine und gemeinnützige Organisationen // Arbeitsmaterialien und Checklisten zum Download // Praxisbeispiele, Handlungsempfehlungen und Schritt-für Schritt Anleitungen in E-Learning Form // Beratung und bedarfsgerechtes Know-How // alles aus einer Hand.

Kurzgefasst …

4. NPO Communication Summit

Zu Redaktionsschluss waren die Programmdetails noch nicht bekannt. Trotzdem heißt es: Save the Date! Am 26. März lädt der Fundraising-Verband Austria zum 4. NPO Communication Summit nach Wien. Die Teilnehmer dürfen sich in jedem Fall wieder auf spannende aktuelle Themen und kompetente Fach-Referenten freuen. Für Mitarbeiter kleinerer Organisationen wird es wieder Stipendien geben.

▶ www.fundraising.at

2. Stiftungsforum Metropolregion Rhein-Neckar

Nach dem Erfolg der ersten Veranstaltung im vergangenen Herbst lädt die Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft Falk GmbH & Co. KG am 18. März nach Sinsheim in die PreZero-Arena zum zweiten „Stiftungsforum Metropolregion Rhein-Neckar". Einer der Gäste wird der Unternehmer und Stifter Dietmar Hopp sein, Mitbegründer von SAP. Anmeldungen sind möglich bei

▶ cornelia.hesse@falk-co.de

Intensiv-Lehrgang Stiftungsmanagement 2020

Mitarbeiter von Förderstiftungen, die gezielt Ressourcen für Projekte und andere Förderaktivitäten zur Verfügung stellen, sind hier gefragt: Der nächste Intensiv-Lehrgang Stiftungsmanagement der Uni Basel findet vom 9. bis 13. März in Sigriswil statt und vermittelt den neuesten Stand der Stiftungsforschung. Anmeldeschluss ist der 17. Februar.

▶ www.ceps.unibas.ch

Forum Aktive Bürgerschaft 2020

Dabei sein, mitdiskutieren und Zukunft mitgestalten: Das diesjährige „Forum Aktive Bürgerschaft" findet am 11. März in Berlin statt. Im Vorfeld gibt es online die Möglichkeit, Themen zur Diskussion vorzuschlagen und so das Programm besonders relevant zusammenzustellen. Eingeladen sind alle, die Zivilgesellschaft besser gestalten wollen.

▶ www.aktive-buergerschaft.de

Aktuelles Vereinsrecht

Alle Praxisfragen zum Vereinsrecht, von der Gründung bis zur Auflösung, sollen am 17. März in Berlin erörtert werden. Die ESV-Akademie lädt dazu themenübergreifend alle Vereins-Engagierten ein. Ihrer großen Bedeutung wegen wird insbesondere die passgenaue Gestaltung der Vereinssatzung inklusive der Haftungsverhältnisse ein besonderer Schwerpunkt sein.

▶ www.esv.info

Fachforen + Beratung

Der Mitteldeutsche Fundraisingtag bietet einige Besonderheiten

Kamishibai ist eine Form des japanischen Papiertheaters. Wie man das im Fundraising einsetzen kann, lässt sich erahnen, ohne es selbst erlebt zu haben: Storytelling ist das Stichwort. Das ist nur einer der Programmpunkte des diesjährigen Mitteldeutschen Fundraisingtags, der im März wieder in Jena veranstaltet wird. Auf den Eröffnungsvortrag von Rupert Graf Strachwitz („Fundraising ist Engagement. Die Formen des Schenkens an die Gemeinschaft") folgen die Workshops: Von Pressearbeit über Facebook, Online, Kampagnen bis hin zu Psychologie und Crowdfunding werden jede Menge Themen abgedeckt. Am Nachmittag werden 20-minütige Beratungen angeboten, bei denen die Teilnehmer Gelegenheit bekommen, individuelle Fragestellungen zu diskutieren. Und zum Abschluss wird wie immer der Mitteldeutsche Fundraisingpreis verliehen.

17. Mitteldeutscher Fundraisingtag am 10. März in Jena

▶ www.mitteldeutscher-fundraisingtag.de

© DFRV: Hannah Jo Wolff (Digital.Wolff GmbH) bei der Faith + Funds 2019

DEUTSCHER FUNDRAISING VERBAND
Wir stärken **die Kultur des Gebens**

WEITERBILDEN UND VERNETZEN
auf unseren Veranstaltungen

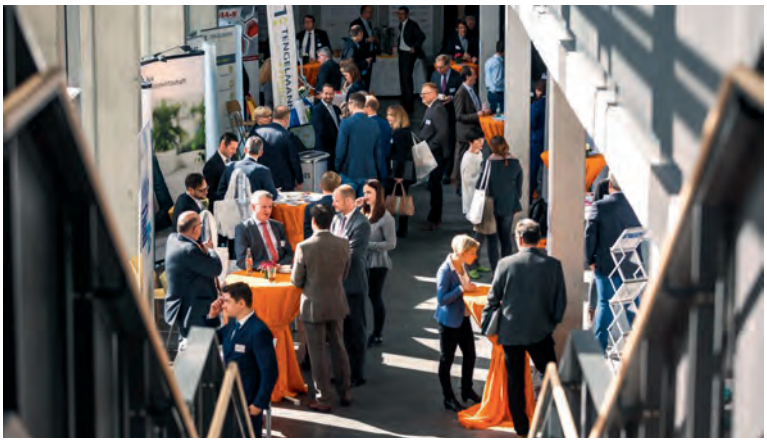
UNSERE FACHTAGE:
- **„Fundraising im Gesundheitswesen"** am 17. März 2020 in Frankfurt am Main
- **„Digitales Fundraising"** am 22. April 2020 in Kassel
- **„Unternehmenspartnerschaften"** am 22. April 2020 in Kassel
- **„Faith + Funds"** am 23./24. September 2020 in Erfurt

DEUTSCHER FUNDRAISING-KONGRESS:
- 22. bis 24. April im Kongresspalais in Kassel

Jetzt Ticket sichern unter
www.dfrv.de/veranstaltungen-des-deutschen-fundraising-verbandes

Werden Sie jetzt Mitglied und genießen Sie ab sofort den Mitgliedschaftsvorteil bei allen Veranstaltungen!

Social Entrepreneurship



Mainz und Villingen-Schwenningen sind auch in diesem Jahr die Veranstaltungsorte der beiden Ausgaben der Sozialwirtschaftlichen Managementtagung. Neue Chancen durch innovative Geschäftsmodelle – Unter diesem Motto wollen die Veranstalter an den Ergebnissen aus dem letzten Jahr anknüpfen und auch dieses Mal mit den Beteiligten die Chancen und Möglichkeiten von Disruption und KI diskutieren.

Sozialwirtschaftliche Managementtagung am 4. März in Mainz und am 26. März in Villingen-Schwenningen
▶ www.swmt.org

Let's talk Face to Face!

Die weltweite F2F-Branche trifft sich zum 1. Internationalen Kongress in Wien

Ganz neu, einzigartig und besonders: Gemeinsam mit einer Gruppe enthusiastischer F2F-Fundraiser aus allen Ecken der Welt lädt der Fundraising-Verband Austria im November zum 1. Internationalen F2F-Fundraising-Kongress nach Wien. Und das nicht ohne Grund. Was für den einen ein lockerer Job neben dem Studium ist, stellt für den Nächsten einen guten Einstieg ins Fundraising dar. Und für den Rest sind die ewig gut gelaunten, meist jungen Leute, die einem in den Fußgängerzonen permanent in den Weg springen, nichts als lästig. Kein Wunder also, dass sich in vielen Ländern seit einigen Jahren Qualitätsinitiativen für das Face-to-Face-Fundraising zu etablieren versuchen. In Wien sollen im Herbst also Dialoger und deren Auftraggeber zusammenkommen, um sich im Rahmen einer dreitägigen Plattform über aktuelle Herausforderungen auszutauschen und mögliche Potenziale der Weiterentwicklung und Professionalisierung zu erörtern. Als erster gesetzter Speaker konnte bereits Adrian Sergeant aus Großbritannien (The Philanthropy Centre) bestätigt werden.

First International Face2Face Fundraising Congress
17. bis 19. November in Wien
▶ www.f2f-fundraising.com

Symbiose

Das Fundraising wird an der TU Wien als Symbiose der Universität selbst und der universitätseigenen Stiftung betrachtet. Davon berichtet Michael Kaiser (Stiftungssekretär TU Wien Foundation) im Rahmen des 11. DHV-HRK-Fundraising-Symposiums Anfang April in Berlin. Eingeladen sind dazu erneut leitende Angestellte von Hochschulen, Universitätskliniken und Wissenschaftsstiftungen. Teil der Veranstaltung ist die Verleihung des Hochschulfundraising-Preises 2020.

11. DHV-HRK-Fundraising-Symposium
am 6. April in Berlin
▶ www.hochschulverband.de

Gesundheit!

Alle Aktiven im Bereich Fundraising, Öffentlichkeitsarbeit und Geschäftsführung der Sparte Gesundheitswesen können sich schon mal den 17. März vormerken. An diesem Tag lädt der Deutsche Fundraising-Verband nach Frankfurt, um den mittlerweile zehnten Fachtag „Fundraising im Gesundheitswesen" zu begehen. Das Programm war zu Redaktionsschluss noch nicht bekannt, aber klar ist: Das runde Jubiläum wird gefeiert werden!

Fachtag „Fundraising im Gesundheitswesen"
am 17. März in Frankfurt
▶ www.dfrv.de

Europäisch

Richard Ratcliffe ist einer von vier Referenten des nächsten englischsprachigen „European Fundraising Course" der NPO-Akademie im März in Berlin. An fünf Tagen bekommen die Teilnehmer geballtes Wissen in den Bereichen Online, Strategie, Großspenden, Erbschaftsmarketing und Unternehmenskooperationen vermittelt. Zielgruppe sind Mitarbeiter von NGOs und Organisationen, die sich im Fundraising international orientieren..

European Fundraising Course vom 16. bis 20. März in Berlin
▶ www.npo-academy.com

Fundraising TAGE

TAGUNGEN 2020

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

Referenten aus Non-Profit-Organisationen und aus der Fundraising-Branche vermitteln praktisches, anwendungsorientiertes Wissen aus erster Hand.

KONTAKTE KNÜPFEN UND VERTIEFEN

Sponsoren und Aussteller kommen direkt mit interessierten Vertretern der NGOs ins Gespräch.
Nutzen auch Sie diese Gelegenheit!

MÜNCHEN · DONNERSTAG, 5. MÄRZ 2020
GELSENKIRCHEN · DONNERSTAG, 26. MÄRZ 2020
STUTTGART · DONNERSTAG, 28. MAI 2020
DRESDEN · DONNERSTAG, 10. SEPTEMBER 2020
POTSDAM · DONNERSTAG, 24. SEPTEMBER 2020

EINE VERANSTALTUNGSREIHE DES
Fundraiser magazin

INFORMATIONEN UND ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

Offene Warnung

Beides ist bekannt: zum einen George Soros als nicht unumstrittener, weltweit aktiver Philanthrop und zum anderen die überaus wichtige Frage danach, wofür wir uns entscheiden, für Freiheit oder Sicherheit. Sicherheit bedeutet immer Kontrolle, aber nie Freiheit. Auf dieser Grundlage hat Soros in seinem Buch sechs Texte vereint, die sein Denk-Universum beleuchten. Und dieses ist eben, wie könnte es auch anders sein, nicht frei von Widersprüchen. Soros nimmt sich die Freiheit, diese Widersprüche zu formulieren. So erklärt er beispielsweise, warum gerade er, der als Philanthrop die Gesellschaft so provoziert, tatsächlich wenig von der Philanthropie hält. Dabei reflektiert und argumentiert Soros überaus nüchtern. Das macht das Buch zu einer zwar unbequemen und auch schwierigen, aber äußerst wichtigen Lektüre, die zeigt, was ein „selbstsüchtiger" Mensch zum Gelingen einer freien Gesellschaft beitragen kann.

George Soros. Für die Verteidigung der offenen Gesellschaft. Plassen Verlag. 2019. 208 Seiten. ISBN: 978-3-86470-673-8. [D] 19,99 €, [A] 20,60 €, CHF 27,95.

Trau Dich!

„Beziehungen schaden nur demjenigen, der keine hat." Das sagt sich so einfach. Martina Haas will mit ihrem Buch Mut machen, das eigene Networking tatsächlich erfolgreich anzugehen. Das Schöne ist dabei, dass sie mit ihrem Buch keinen Ratgeber mit Step-by-Step-Tipps verfasst hat. Stattdessen kommen hier eine Vielzahl von Interviewten ausführlich zu Wort und erhalten die Gelegenheit, die Individualitäten des jeweils eigenen Werdegangs in Relation zu ihrem Netzwerk zu setzen. Diese Aussagen machen Networking zu etwas grundlegend Menschlichem, dem rein gar nichts Mechanisches anhaftet. Der Witz an der Sache: Tatsächlich macht Networking Spaß. Das beweist die Autorin mühelos. Schließlich geht es nicht um den eigenen Vorteil. Ein Netz weist ja eben keine lineare Struktur auf. Mit dem Netzwerken greifen wir uns alle gegenseitig unter die Arme. Das bedeutet Mehrwert für jeden von uns. Und das ganz mühelos, wie dieses Buch zeigt.

Martina Haas. Vergesst Networking oder macht es richtig! Vahlen Verlag. 2020. 197 Seiten. ISBN: 978-3-80066-065-0. [D] 19,80 €, [A] 20,40 €, CHF 27,70.

Geschichten aus dem Fundraising-Alltag …

„Seit ich das 10er-Abo für mein Team habe, ist auch der Umlauf-Stress bei uns weg, und wir alle haben mehr Zeit zum Schmökern und zur Wissensanreicherung."

Katja Deckert
Leiterin Fundraising NABU, Berlin

*** Orga-Abo – das bekommst du:**
Mehrere Fundraiser-Magazine (als Paket oder einzeln verpackt) für deine Organisation oder dein Team, pünktlich am Erscheinungstag und garantiert ohne Umlauf-Stress. Das alles zum günstigen Kombi-Preis. Eben Fachlektüre, die Spaß macht!

Hier bestellen: www.abo.fundraiser-magazin.de

Fundraiser magazin
Fachlektüre, die Spaß macht

Perfekte Vorlage

Bücher über Online-Themen sind immer schwierig. Denn ist der Inhalt erst mal gedruckt, ist man online meist schon weiter. Das Buch von Sonja Harken und Martin Hodsmann ist da anders, denn es gräbt tiefer und zeigt nicht nur Tools, sondern was die Gabe-Logik hinter Online-Spendenaktionen ist. Dieses Thema ist in Deutschland noch recht jung und erlebte im letzten Jahr durch Facebook einen rasanten Aufschwung. Die Autoren stellen die Chancen, aber auch die Risiken von Peer-to-Peer-Fundraising sehr detailgenau dar und zerlegen das Phänomen im Marketing-Mix. Und das alles in sehr klarer und verständlicher Sprache und Bebilderung. Garniert wird das Ganze mit Erkenntnissen aus einer eigenen Befragung gemeinnütziger Organisationen, die zwar von 2017 ist, aber an mehreren Stellen den praktischen Erfahrungshorizont gut ergänzt.

Etwas kritisch ist anzumerken, dass die Frage, welche Zielgruppe eigentlich solche Aktionen anstößt oder spendet und welches Potenzial diese Aktionen für die Neuspendergewinnung bergen, etwas untergeht. Hier hätte ich mir noch mehr empirische Ergebnisse gewünscht. Aber die vielen Hinweise, wie solche Aktionen erfolgreich werden können und wie man seine Unterstützer dazu bringt, aktiv solche Aktionen ins Netz zu stellen, machen das wett. Zum Schluss muss jede Organisation selber sehen, wie sie das Thema praktikabel in die eigene Fundraising-Strategie einbindet. Für den Praktiker ist dieses Buch für Online-Spendenaktionen dafür eine sehr effektive Anleitung. Klarer Lesetipp!

Matthias Daberstiel

Sonja Harken, Martin Hodsmann. Online-Spendenaktionen. Gezielt planen und erfolgreich umsetzen. Verlag Springer Gabler. 2019. 144 Seiten. ISBN: 978-3-65826-402-4. [D] 37,99 €, [A] 39,06 €, CHF 53,10.

Braucht noch wer PR?

Auch die Verbands- und Unternehmenskommunikation bleibt vom disruptiven Wandel in Wirtschaft und Gesellschaft nicht verschont. Christof Ehrhart gibt in seinem Buch „Erfolgsfaktor PR" einen Überblick über den Status quo der Public Relations und zeigt, wie sich PR entwickeln muss, um in Zeiten von Unboxing reality, Techlash und medialen Echoräumen ihre Ziele messbar zu erreichen. Dabei wird auch der Frage nachgegangen, ob Kommunikation zukünftig nachhaltig und sinnstiftend Mehrwert erzeugen kann.

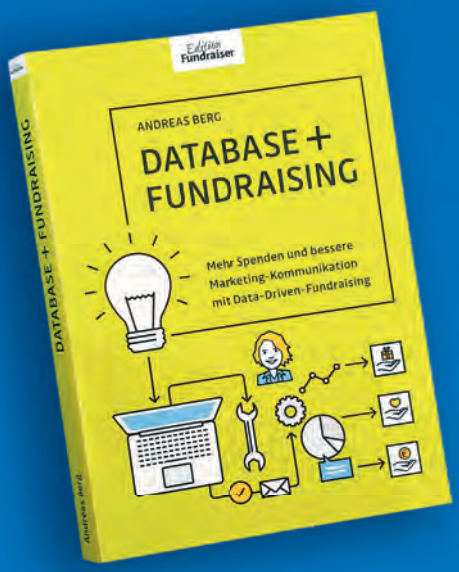
Christof Ehrhart. Erfolgsfaktor PR – Impulse für die Unternehmenskommunikation. Verlag Frankfurter Allgemeine Buch. 2019. 125 Seiten. ISBN: 978-3-96251-003-9. [D] 25,00 €, CHF 34,95.

Guter Grund

Wenn wir es „Start-up" nennen klingt es weniger behäbig als das Wort „Unternehmen". Trotzdem bleibt es dabei: Nicht jeder ist zum Gründer geboren. Desto erfreulicher ist es, dass es Menschen gibt, die ihr Wissen teilen und so dabei helfen können, für sich selbst herauszufinden, ob ein Start-up das richtige ist. Eine clevere Idee oder ein hippes Produkt garantieren noch keinen Erfolg. Businessplan und Marketing sind auch heute unabdingbar. Aber das soll eben nicht abschrecken. Dieser Guide zeigt, was es alles bei einer Gründung zu beachten gilt.

Frank Radynski, Cornelia Siegmann (Hrsg.). Start-up-Guide. Hard Facts, Soft Skills und Networking für Gründer. Verlag Schäffer Poeschel. 2019. 234 Seiten. ISBN: 978-3-79104-557-3. [D] 19,95 €, [A] 20,60 €, CHF 27,90.

Was Sie schon immer über
Data-Driven Fundraising
wissen wollten ...



Das neue Buch von
Andreas Berg
Jetzt bestellen:
shop.fundraiser-magazin.de
ISBN 978-3-9813794-2-6
39,90 €

ein Produkt vom
Fundraiser magazin
Fachlektüre, die Spaß macht.

Edition Fundraiser

Großspenden können Großes bewirken.

Das neue Buch von Dr. Marita Haibach und Jan Uekermann

Erster kompakter und praxisnaher Überblick zum Großspenden-Fundraising im deutschsprachigen Raum

Jetzt bestellen unter edition-fundraiser.de

… oder im Buchhandel

Hau weg!

Der Begriff der „Wegwerfgesellschaft“ wird auch gern im übertragenen Sinn für Mentalitäten verwendet, die alles andere als nachhaltig sind. Dabei lebt die westliche Welt noch gar nicht so lange umgeben von Dingen, die wir nur kurz oder wenige Male benutzen. Anders gesagt: Das muss so nicht sein. Wolfgang König zeigt, wie das alles kam und was wir tun können, um nicht im Müll zu ersticken. Er erläutert, warum wir überhaupt Dinge wegwerfen und wie uns Suffizienz, der Ansatz des Genügens, weiterhelfen kann und dass Teilen uns auch zusammenbringt.

Wolfgang König. Geschichte der Wegwerfgesellschaft. Die Kehrseite des Konsums. Franz Steiner Verlag. 2019. 168 Seiten. ISBN: 978-3-51512-500-0. [D] 21,90 €, [A] 22,60 €, CHF 30,60.

Adams Apfel

„Streuobstwiese“ ist ein Begriff, der romantisch eine verklärte Kindheit heraufbeschwört. Die Autoren schwelgen aber nicht in Utopien, sondern zeigen ganz praktisch und beispielhaft anhand einer nachhaltigen Streuobstwirtschaft, wie der gewissenhafte Umgang mit der Natur im Unternehmertum heute möglich sein kann. Das hat zur Folge, dass Effizienzstreben auf jeden Fall aus dem Plan gestrichen wird. Und Natur gibt es gar nicht. Damit gehen sie gegen einen immer größer werdenden Entfremdungseffekt vor: unsere Trennung der Produkte von deren Herkunft.

Martin Barde, Lars Hochmann. Streuobstwirtschaft. Aufbruch zu einem neuen sozialökologischen Unternehmertum. oekom Verlag. 2019. 192 Seiten. ISBN: 978-3-96238-092-2. [D] 24,00 €, [A] 24,70 €, CHF 33,50.

Menschlich

Seit mehr als zehn Jahren engagiert sich Jochen Brühl bereits für „Die Tafel Deutschland“, seit vielen Jahren ist er deren Vorsitzender. Man darf also davon ausgehen, dass er sich mit Themen wie Armut, Verschwendung und Gleichgültigkeit des Wohlstands auskennt. Wenn es um die Sache geht, hält er nicht hinter dem Berg. Mit diesem Buch haut er aber nicht einfach mit der Faust auf den Tisch. Vielmehr hat er einen äußerst cleveren Schachzug gewählt. Einer komplexen Gemengelage stehen immer eine Vielzahl unterschiedlicher, teils sich einander widersprechender Positionen gegenüber. Deshalb hat sich der Autor mit unterschiedlichsten Menschen getroffen, darunter auch so bekannte Namen wie Marianne Birthler und Hannes Jaenicke. Mit ihnen hat er sich darüber unterhalten, um mögliche Ursachen wie auch Erklärungen für andauernde gesellschaftliche Missstände zu erkunden und herauszufinden, was es braucht, um mehr Gerechtigkeit zu erreichen. Denn wir wissen: Es ist genug für alle da.

Das Ergebnis könnte man direkt eine Art Erzählband nennen. Brühl lässt nicht nur die einzelnen Gesprächspartner umfangreich zu Wort kommen. Er stellt sie auch als Persönlichkeiten in ihrer Individualität vor und zeigt so das Woher ihrer Sichtweisen. Damit zeichnet er das Bild einer Gesellschaft, die sich selbst befragt. Um direkte Lösungen geht es hier nicht. Vielmehr sorgt diese Bandbreite für eine Ausdifferenzierung vorhandener Standpunkte. Und das ist bekanntlich die Basis ein für Weiterkommen unserer Gesellschaft.

Rico Stehfest

Jochen Brühl. Volle Tonne, leere Teller. Verlag adeo. 2019. 240 Seiten. ISBN: 978-3-86334-237-1. [D] 22,00 €, [A] 22,70 €, CHF 30,75.

DEUTSCHER
FUNDRAISING
KONGRESS
2020

DREI TAGE GEBALLTES FUNDRAISING WISSEN

ZERTIFIZIERTE FORTBILDUNG

FÜR ANFÄNGER*INNEN UND PROFIS

70 SEMINARE

800 TEILNEHMER*INNEN

MIT FACHTAG DIGITALES UND FACHTAG UNTERNEHMENSKOOPERATION

VERLEIHUNG DES DEUTSCHEN FUNDRAISING PREISES

JETZT TICKET SICHERN!

22. – 24. APRIL 2020 IN KASSEL

www.fundraising-kongress.de

Fragebogen: Werner Kerschbaum

Der Niederösterreicher Werner Kerschbaum gilt als Experte für NPO-Management. Er wurde vom Fundraising-Verband Austria 2019 als „Fundraiser des Jahres" für seine hervorragenden Leistungen in der Spenderkommunikation geehrt.

Werner Kerschbaum studierte Handelswissenschaften und promovierte 1977. Nach mehreren Stationen im Marketing für unterschiedliche Lebensmittelkonzerne kam er 1992 zum Hilfswerk Österreich und wurde schließlich 1999 Mitglied der Geschäftsleitung des Österreichischen Roten Kreuzes. Bis Ende 2019 war er für die Organisation in unterschiedlichen Positionen tätig. Er ist Träger des Goldenen Ehrenzeichens für Verdienste um die Republik Österreich. Aufgrund seiner Initiative und mit finanzieller Beteiligung des Österreichischen Roten Kreuzes ist es überdies gelungen, einen NPO-Lehrstuhl an der Wirtschaftsuniversität Wien zu etablieren.

Ein großes Anliegen ist Kerschbaum insbesondere auch die Förderung und Aufrechterhaltung der Freiwilligkeit im Österreichischen Roten Kreuz, ohne die die Durchführung zahlreicher gemeinnütziger Aktivitäten, insbesondere der Rettungs- und Krankentransportdienste sowie die Gesundheits- und sozialen Dienste, in ihrer derzeitigen Form nicht denkbar wären. Er setzt sich persönlich für eine stärkere Wertschätzung des freiwilligen Engagements ein. Werner Kerschbaum war bis Ende Juni 2019 Generalsekretär des Österreichischen Roten Kreuzes, Ehrenvorstand der „Aus Liebe zum Menschen Stiftung" des ÖRK. Ende September 2019 ist er in den Ruhestand getreten.

▶ www.roteskreuz.at

1. Was wollten Sie als Kind werden?

Dschungeldoktor in Afrika

2. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

Brexit

3. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

die österreichische Bildungsreform

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

Ich würde mir ein Sabbatical nehmen und ein Jahr im Ausland studieren.

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

Meiner Frau, weil sie als ärztliche Leiterin eines Pflegeheims über 20 Jahre lang viele Menschen in ihrer letzten Lebensphase liebevoll begleitet und viele Familien versöhnt hat. Gleichzeitig war sie ihrer eigenen großen Familie immer ein Vorbild und Halt und hat ganz nebenbei noch 30 Staatsmeistertitel im Tennis gewonnen!

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

Guten Morgen, mein Name ist Werner Kerschbaum. Ich schätze Ihr Engagement für humanitäre Anliegen. Ich bin begeistert von meiner Arbeit im Roten Kreuz und würde Ihnen gerne von unseren Aktivitäten für Demenzkranke und potenzielle Schulabbrecher erzählen. Haben Sie in den nächsten Tagen einmal Zeit für mich?

liebt Tiefschnee

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

… sind Menschen, die sich selbst zu wichtig nehmen.

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

das Nichtstun genießen

9. Worüber können Sie lachen?

über eine gute Pointe

10. Wann reißt Ihr Geduldsfaden?

Wenn sich Menschen nicht bemühen/engagieren wollen, obwohl sie die Fähigkeiten und Möglichkeiten dazu hätten und wenn Menschen andere nicht ausreden lassen.

11. Was war früher besser?

Es gab mehr Schnee im Winter, und als Kinder hatten wir abenteuerliche Spiellandschaften in freier Natur.

12. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

Ich habe schon einen wunderschönen am Neufeldersee. Manchmal träume ich von einer behaglichen Skihütte in einem schneesicheren Skigebiet mit Tiefschneeabfahrten von der Haustüre weg.

13. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?

Im traditionellen Lexikon gar nichts, weil das ja keiner mehr liest; in Wikipedia ein kurzer Lebenslauf, vielleicht mit meinem Lebensmotto: „Sorge dafür, dass sich Menschen nach einer Begegnung mit dir wohler fühlen."

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

… eine Möglichkeit, die Welt zum Besseren zu verändern.

Wollen auch Sie diesen Fragebogen ausfüllen?

Dann senden Sie bitte Ihre Antworten sowie ein Foto an *redaktion@fundraiser-magazin.de*!
Mit der Einsendung stimmen Sie der Veröffentlichung im Print- und Online-Magazin zu.

NÄHER AM MENSCHEN

Die Verwaltung Ihrer Organisation kostet Sie wertvolle Zeit und Nerven?

Nicht mit uns!

Die Nr. 1 Software von **ENTERBRAIN** ebnet Ihren Weg zum Erfolg.

Einfach.
Zuverlässig.
Individuell.
Persönlich.
Typisch **ENTERBRAIN**.

GEMEINSAM stark für Ihre gute Sache!

ENTERBRAIN
Software AG

Software, Dienstleistung und Know-How für Ihre Nonprofit Organisation

www.enterbrain.ag

"ENTERweb - Datenbank to Go"
Ihr einfacher Einstieg in die Welt der Datenbanken.
Erleichterung in Ihren Abläufen.
EU DSGVO konform – ISO/IEC27001 zertifiziert.
3 Wochen kostenlos testen auf:
https://www.enterbrain.eu/registrierung/

Wissen testen und gewinnen

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

Unter allen richtigen Einsendungen verlosen wir diesmal das Buch „Für die Verteidigung der offenen Gesellschaft" von George Soros, welches kürzlich im Plassen-Verlag erschinen ist und das wir auf Seite 90 näher vorstellen. Der ehemalige Hedgefonds-Manager Soros ist mittlerweile einer der führenden Philanthropen und engagiert sich mit seinen Stiftungen auf der ganzen Welt. Mit seiner „Open Society Foundation" kämpft er gegen Populismus und Überwachung. Das Buch „Für die Verteidigung der offenen Gesellschaft" versammelt verschiedene Reden und Wortbeiträge Soros' aus jüngster Zeit. In ihnen schildert er seinen Weg vom Börsenakteur zum Philanthropen, seine Ansichten zu den aktuellsten politischen Entwicklungen in Europa, der Finanzkrise in den USA sowie seine von seinem Mentor Karl Popper inspirierte Philosophie. Und falls Sie das Buch schon haben, gewinnen Sie vielleicht an Erkenntnis – mitspielen lohnt sich also auf jeden Fall. Viel Spaß!

Seite 18

1 Gelbe Karte wegen „Preisanpassung"! Hier sehen NGOs schwarz, denn wer schraubt drastisch die Kosten noch oben?

A) die Gelben Engel
B) der Gelbe Riese
C) die Gelbe Tonne

Seite 30

2 Spenden per Kreditkarte ist eine Option, die unter anderem auch in Brasilien gern eingesetzt wird. Warum?

S) es gibt fast keine Bankfilialen
T) man braucht keine Spendenquittung
R) beinahe jeder hat eine Kreditkarte

Seite 40

3 Eine sogenannte „Schwärmerei" bringt Menschen zusammen, die gleiche Interessen haben. Woran?

Y) an platonischer Liebe
I) an regionalen Lebensmitteln
J) an Bienenhonig

Seite 48

4 Solche mobilen Holzhütten nennt man neudeutsch Tiny-Häuser. In Hannover werden sie bewohnt von …

H) Urban-Gardening-Enthusiasten
G) Studenten
E) Obdachlosen

Seite 59

5 Wenn das der Maestro hören könnte: Anlässlich des Beethoven-Jahres brachte der Westdeutsche Rundfunk …

L) eine Beethoven-CD für Gehörlose heraus
K) Beethovens 10. Sinfonie zur Aufführung
F) ein Beethoven-Smartphone-Game heraus

Seite 86

6 Das Fundraiser-Magazin veranstaltet im Frühjahr wieder eine kostenlose Webinarwoche. Was ist das Thema?

A) Wer A sagt, muss auch B sagen
E) Online-Spenden erhalten die Freundschaft
O) Schnell gelesen, schnell vergessen!

So geht's: Die Buchstaben aus den Fragen 1 bis 6 ergeben das Lösungswort. Senden Sie dieses an *gewinnen@fundraiser-magazin.de* und schreiben Sie uns, welchen Preis Sie haben möchten. Vergessen Sie bitte die Postadresse nicht, damit Ihr Gewinn Sie auch erreicht! Diese Daten werden nur im Zusammenhang mit dem Gewinnspiel verarbeitet und nicht an Dritte weitergegeben. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen, bei mehreren richtigen Einsendungen entscheidet das Los. Einsendeschluss ist der 29. Februar 2020. Viel Glück!

Neuland erobern …

Foto: Tyrosize / AdobeStock

Das Extra-Heft zum Fundraising im Web

Online-Fundraising-Basics + Suchmaschinen-Optimierung + Conversion-Rate-Optimierung + Spendenportale + Social-Media-Marketing + Campaigning + E-Mail-Newsletter & Blogs + Filme + Google Ad Grants & AdWords + Buchempfehlungen

jetzt für 8,– € bestellen auf
shop.fundraiser-magazin.de

Marketing-Trainee Fabian F. Fröhlich revolutioniert die Spenderidentifikation

Ich bin da kürzlich über eine wirklich knorke Geschäftsidee gestolpert: Eine junge Frau will das Leben der Singles erleichtern und jene Leute „im echten Leben" zueinander bringen. Schließlich haben Singles es bekanntlich ja sehr, sehr schwer im Leben. Diese andauernde soziale Isolation, diese mitleidigen Blicke. Schlimm. Die junge Frau will also Singles in der Offline-Welt sichtbar machen. Dazu verkauft sie drollige Gummiarmbänder und Buttons. Da steht aber nicht etwa drauf „Single and looking", wie man das vom klassischen T-Shirt kennt. Nee, darauf prangt der Schriftzug und das Logo ihres Unternehmens. Kurzum: Wer das Unternehmen nicht kennt, identifiziert den Träger allenfalls als Anhänger einer kruden Sekte, oder so.

Jedenfalls habe ich beschlossen, die Idee kurzerhand zu klauen und sie natürlich viel, viel besser zu machen! Ich werde mir meine Idee dann aber natürlich patentieren lassen, denn ich werde damit die Spenderidentifikation revolutionieren! Spender sollen auch zueinander finden! Gesellschaftlicher Zusammenhalt! Da bekommt dann also der Erstspender, sagen wir, ein Armband in saftigem Frühlingsgrün. Sehr erfrischend, macht Lust auf mehr und macht natürlich irre stolz. Und der treue Dauerspender, der in Summe schon Erkleckliches locker gemacht hat, bekommt einen Button in Platin, als Würdigung, sozusagen. Passt auch zu allem. Mauve, ein blasses Lila, stelle ich mir für den Zögerling vor, für den, der bisher nur ein oder zwei Mal gespendet hat. Die Farbe finde ich nämlich eher nicht so prickelnd.

Und dann hocke ich mich in eine Ecke eines Discounters. Wenn ich dann sehe, wie sich der Arm mit dem Bändchen in Mauve nach den sauren Gurken streckt und angesichts dessen die Dame im echtpelzverbrämten Kostüm mit Platin-Button neben ihm einen spitzen Schrei ausstößt, lache ich mir ins Fäustchen. Ich höre jetzt schon die Worte: „Sie Flegel, Sie! Wie können Sie es wagen …!" Und bevor der nichtsahnende Gurkenbedürftige sich irgendeiner Schuld bewusst werden kann, ergeht über seinem Kopf eine schrille Suada aus der Quelle reinster Moral. Die Trägerin des Platin-Buttons darf dann ihrer Vorbildfunktion gerecht werden und dem Faulpelz ordentlich eins geigen. Wie genau der Dialog dann weitergeht, können Sie sich selbst überlegen. Ist ja schließlich Ihrer.

Mehr von Fabian F. Fröhlich?

„Das Letzte –
Kolumnen aus dem Fundraiser-Magazin"

Taschenbuch, 100 Seiten, 10 €

bestellen unter:
▶ shop.fundraiser-magazin.de

Ausgabe 2/2020 erscheint am 23. März 2020 u. a. mit diesen Themen

- Junge Menschen: Spender oder Macher?
- Warum Software-Einführungen scheitern
- Diversität in Stiftungsräten

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

Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 2/2020 ist der 03.02.2020.

ISSN 1867-0563 – 15. Jahrgang

Fundraiser magazin
Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen

erscheint 2-monatlich.
Alle vorherigen Ausgaben stehen im Internet unter *archiv.fundraiser-magazin.de* kostenlos als PDF-Dateien zur Verfügung.

Herausgeber:
Matthias Daberstiel, Udo Lehner, Daniela Münster

Verlag, Produktion, Vertrieb:
Fundraiser-Magazin GbR, Altlockwitz 19, 01257 Dresden
verlag@fundraiser-magazin.de, www.fundraiser-magazin.de

Redaktionsleitung:
Daniela Münster (v. i. S. d. P.), redaktion@fundraiser-magazin.de
Telefon: +49 (0)3 51 8 76 27-70, Fax: -79

Korrespondenten:
International: Jan Uekermann, jan.uekermann@fundraiser-magazin.de
Schweiz: Katja Prescher, katja.prescher@fundraiser-magazin.ch

Anzeigen-Werbung:
matthias.daberstiel@fundraiser-magazin.de (verantwortlich), Telefon: +49 (0)3 51 8 76 27-80, Fax: +49 (0)3 51 8 76 27-79
Es gilt Anzeigenpreisliste Nr. 13 vom 1.12.2019

Druck:
Silber Druck oHG, Lohfelden

Namentlich gekennzeichnete Beiträge spiegeln nicht unbedingt die Meinung der Herausgeber wider. Für unverlangt eingesandte Beiträge und Fotos wird keine Haftung übernommen. Nachdruck – auch auszugsweise – nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Verlages. Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 2/2020, die am 23.03.2020 erscheint, ist der 03.02.2020.

Fotonachweise:
Titelbild, S. 4 (THEMA) & S. 20: 3dsculptor@AdobeStock; S. 3: René Grodde/atri.eu; S. 4 (MENSCHEN) & S. 16: Jacobia Dahm; S. 4 (PROJEKTE), S. 40, S. 41 & S. 96 (40): Amac Garbe; S. 6: René Grodde/atri.eu; S. 11: PrettyVectors@AdobeStock; S. 12: Die Hoffotografen GmbH Berlin; S. 14: Dominik Butzmann „mitunsleben GmbH"; S. 18: Deutsche Post World Net; S. 21 (24) & S. 24: Gerd Altmann@pixabay; S. 21 (26) & S. 26: Chaosamran_Studio@AdobeStock; S. 21 (28): Franck Barske@pixabay; S. 28: Rendel Freude (HAVERKAMP); S. 38: Paul Glaser (STEHFEST); S. 42: BillionPhotos.com@AdobeStock; S. 44: Jan Deichner; S. 46: Loro Parque (LINKS); S. 46: René Grodde/atri.eu (NITZSCHE); S. 50: Jo Bayer; S. 52: Fotowerk_BF; S. 54: www.oliver-pauli.de (MODEL); NFP Photography/Henk Tukker (BOSMA); NABU/Die Hoffotografen (KRÜGER); S. 55: Thomas Effinger (KLIER); S. 59: pixabay; S. 72: macroman@AdobeStock; S. 74: Elena Schweitzer@AdobeStock; S. 86: Anand Parmar; S. 94: Österreichisches Rotes Kreuz (ÖRK) / Helmut Mitter; S. 96: limitrophe@pixabay (18); Richard Mcall@pixabay (59); S. 98: oza@fotolia.com, alle anderen PR / Archiv / privat

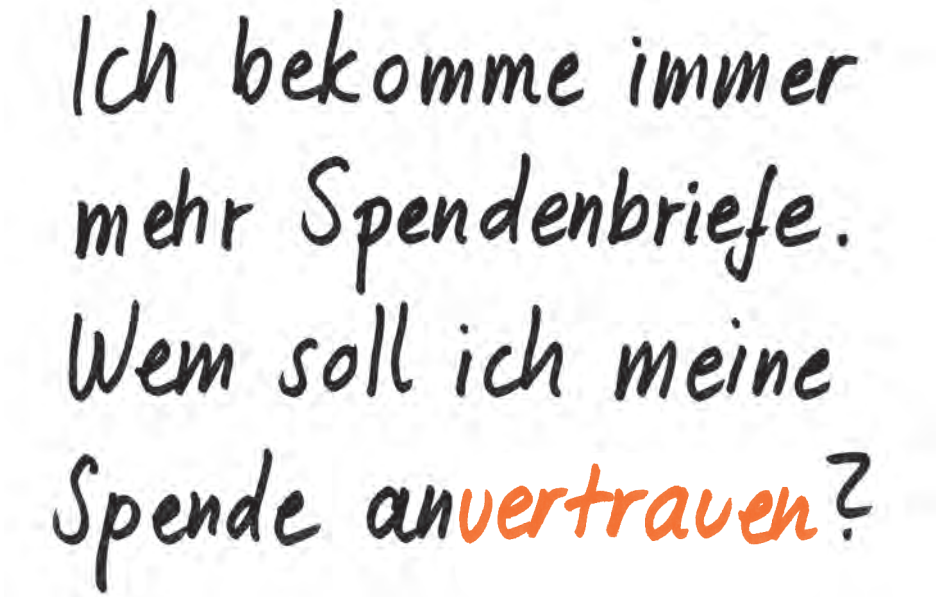
In Zusammenarbeit mit der
Fundraising Akademie

ANT-INFORMATIK SPURT DIE NÄCHSTE STUFE DER DIGITALI-SIERUNG VOR

Ihre Fundraising-Lösung unterwegs
in die Zukunft.

SEXTANT
SUPPORTS YOU.

sextant-npo.net



Rosi, 67 Jahre, spendet jedes Jahr zu Weihnachten an eine gemeinnützige Organisation.

Wir wissen, was Spenderinnen und Spender bewegt ...

... und helfen Ihnen, Spenderinnen und Spender zu bewegen – mit einem Direktmarketing, das auffällt und überzeugt! Profitieren Sie von 15 Jahren Fundraising-Erfahrung: Wir entwickeln für Sie individuelle Strategien und kreative Konzepte, die Vertrauen wecken und Herzen öffnen. Gemeinsam können wir die Welt ein kleines bisschen besser machen!

www.adfinitas.de · info@adfinitas.de · Tel: +49(0) 511 52 48 73-0 · Fax: +49(0) 511 52 48 73-20

adfinitas