ISSN 1867-0563

Fundraiser Ausgabe 2/2020

Fundraiser magazin

Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen

Spenden oder selber machen

Was will die junge Generation?

Online-Magazin
Best-Practice, Termine, Ideen und Inspiration ... hilfreiches Wissen, das alle weiterbringt:
web.fundraiser-magazin.de

Fundraising-Shop
Fachbücher, Magazine und Nützliches aus unserem Verlag finden Sie unter
shop.fundraiser-magazin.de

Fundraising-Jobs
Kostenlose Job-Börse für NGOs mit offenen Stellen rund ums Fundraising:
fundraising-jobs.de

Fundraising Center

Gemeinsam erfolgreich.
Auf Augenhöhe.

Unternehmergeist mit erweitertem Horizont – weit über Deckungsbeiträge, Bilanzen und Rendite hinaus. Der Erfüllungsgrad Ihrer gemeinnützigen Mission ist der Aktienkurs, der für uns zählt.

Aus jeder Herausforderung machen wir eine Chance. Aus jedem „oder“ ein „und“.

KOMPETENZ & HERZ

VERSTAND & INTUITION

WISSENSCHAFT & LEIDENSCHAFT

Fertig? Los!

Am Rande der Wirtschaft?
Raus aus dem Paralleluniversum!
Wir definieren „Non-Profit“ neu.
info@fundraisingcenter.ch

DEUTSCHLAND | SCHWEIZ | ÖSTERREICH

draiser
azin
Das Branchenm Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen

Spenden oder selber machen

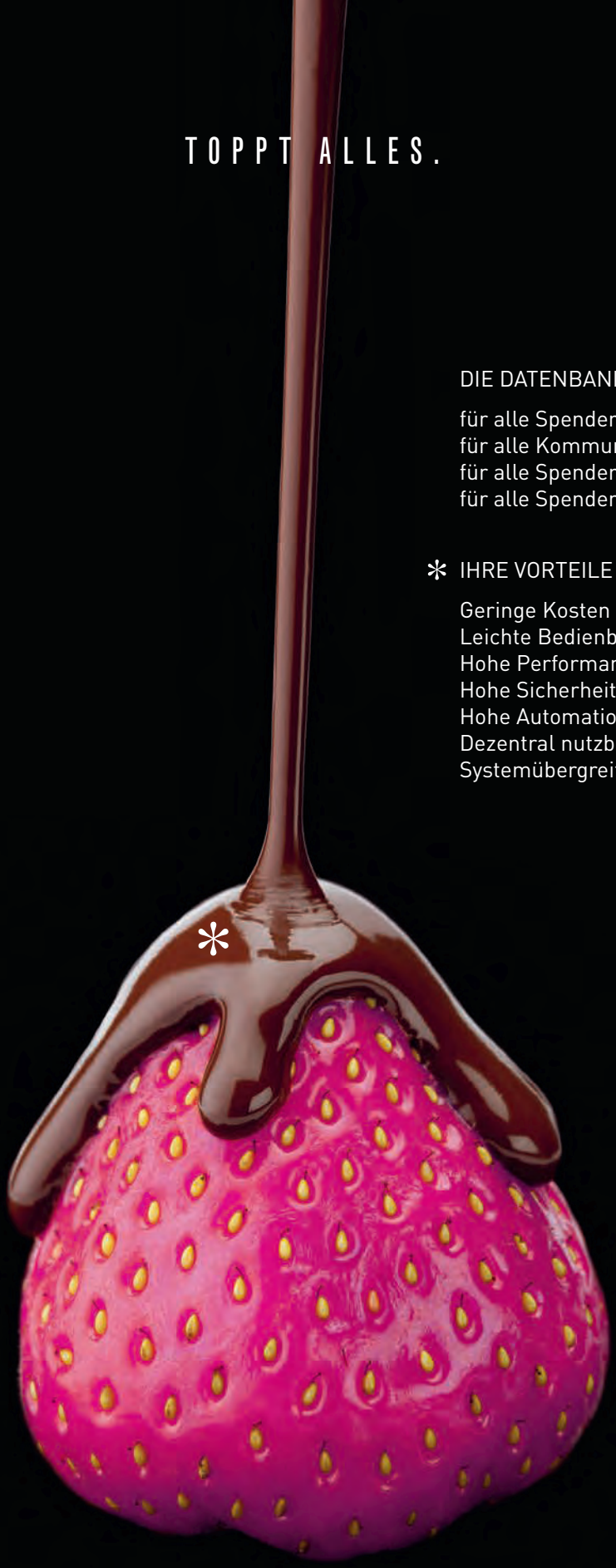
Was will die junge Generation?

Online-Magazin
Best-Practice, Termine, Ideen und Inspiration ... hilfreiches Wissen, das alle weiterbringt:
web.fundraiser-magazin.de

Fundraising-Shop
Fachbücher, Magazine und Nützliches aus unserem Verlag finden Sie unter
shop.fundraiser-magazin.de

Fundraising-Jobs
Kostenlose Job-Börse für NGOs mit offenen Stellen rund ums Fundraising:
fundraising-jobs.de

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,

sicher kennen Sie das Sokrates-Zitat: „Die Jugend liebt heutzutage den Luxus. Sie hat schlechte Manieren, verachtet die Autorität, hat keinen Respekt vor den älteren Leuten und schwatzt, wo sie arbeiten sollte. Die jungen Leute stehen nicht mehr auf, wenn Ältere das Zimmer betreten. Sie widersprechen ihren Eltern, schwadronieren in der Gesellschaft, verschlingen bei Tisch die Süßspeisen, legen die Beine übereinander und tyrannisieren ihre Lehrer." Etwa 2500 Jahre ist das her und gilt doch heute wie damals.

Wer sind denn die jungen Menschen im Alter zwischen 16 und Mitte 30, wie ticken sie und wie sprechen wir sie fürs Fundraising an? Solchen Fragen widmet sich die aktuelle Ausgabe.

Ich verrate Ihnen vorab schon dies: Sie sind Netflix-Serien-Junkies und Beauty-Expertinnen, YouTuber, Gamer und Science-Nerds, Kevins und Chantals und Jugend-forscht-Gewinner. Manche durchleben gerade die Quarterlife Crisis, andere reisen um die Welt. Die einen geben Flüchtlingskindern Nachhilfe-Unterricht, andere gewinnen Weltmeisterschaften im Sport und wieder andere arbeiten im Schichtsystem rund um die Uhr in der Pflege. Und wie in allen Altersgruppen gibt es auch die Hartzer, die Verschwörungstheoretiker und die, denen alles egal ist.

Wir haben mit vielen jungen Menschen gesprochen, was sie bewegt, warum sie sich engagieren und wie sie in die Zukunft blicken. Lassen Sie sich inspirieren von den jungen Non-Profit- und Social-Business-Projekten und den Ideen, die wir in diesem Heft vorstellen.

Eine spannende Lektüre wünscht Ihnen
Ihre

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

Spenden oder selber machen

Was will die junge Generation?

„Es ist awesome, Teil der Bewegung zu sein“ **21**
Was junge Menschen im Alter zwischen 16 und Mitte 30 wollen

Spende lieber ungewöhnlich **22**
Erfolgreiche Konzepte, die junge Generationen für Engagement begeistern

Nicht nur reden. Auch machen! **28**
Den sozialen und ökologischen Wandel unternehmerisch anpacken

Menschen

Junge Menschen **14**
... die sich im „Jugendrat der Generationen Stiftung“ engagieren, sprechen über ihre Motivation, die Welt zu verändern

Kay Sprinkel Grace **68**
Die langjährige Fundraising-Beraterin aus San Francisco spricht über Führungskräfte in der Zivilgesellschaft

Felix Finkbeiner **94**
... hat unseren Fundraiser-Fragebogen ausgefüllt und verrät Persönliches

Projekte

Schluss mit Überschuss **40**
Die „Fairmittlerei“ vermittelt in Österreich Sachspenden an NGOs

„Größte Krisensitzung Deutschlands“? **42**
Im Juni wird ein Demokratie-Festival im Berliner Olympia-Stadion stattfinden

Selbstbewusste Jugend **44**
Mit dem Skateboard zum Empowerment

Stiftungen

Mehr Vielfalt in Stiftungsräten **48**
Durch Diversität in Vorstand und Stiftungsrat zu besserer Stiftungsarbeit

Nein sagen mit Wertschätzung **50**
Ablehnen beim Fördern muss nicht Einweg-Kommunikation bedeuten

Engagement statt nur Protest **52**
Deutschlands junge Generation beschäftigt vielmehr als der Klimawandel

Meinung

Persönliche Gedanken 12
Cornelia Blömer: Warum Software-Einführungen scheitern ...

Pro & Contra 18
Ist der Effektive Altruismus die Zukunft des Spendens? Es diskutieren **Sebastian Schwiecker** und **Kai Dörfner**

Kommentare aus der Redaktion
von Matthias Daberstiel (Seite 6), Rico Stehfest (Seite 36) und Ute Nitzsche (Seite 46)

Aktuell

Eines Tages im April 2020 32
Ein Beitrag aus dem Archiv zur Zukunft des Fundraisings – wo stehen wir heute?

Praxis & Erfahrung

Alter Weg wird neuer Weg 70
Telefonakquise und Top-Spender: Es ist möglich

Story-Telling auf Katholisch? 72
Der rote Faden der Fundraisingstrategie für eine katholische Hochschule

Die QR-Rechnung kommt 74
Digitalisierung des Zahlungsverkehrs stellt Schweizer NGOs vor Herausforderungen

EuGH-Entscheidung zu Cookies 76
Was NGOs für ihren Internetauftritt beachten sollten

Einfach mal freundlich fragen! 78
Leadgenerierung erweitert die Möglichkeiten von Face-to-Face-Fundraising

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

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

Verlosung

Testen Sie Ihr Wissen
... und gewinnen Sie das neue „Handbuch Fördermittel“ 96

Weiterhin

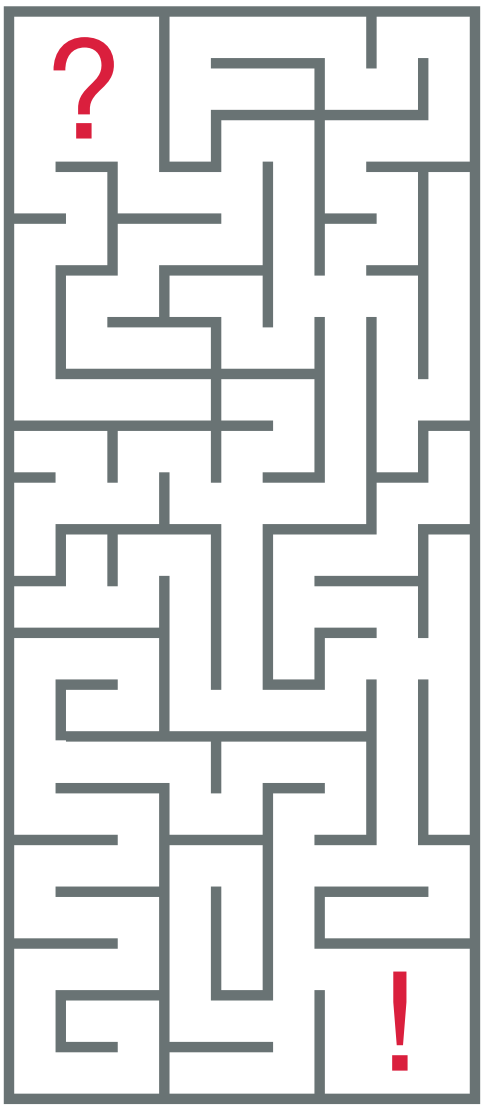
... liegen in dieser Ausgabe Beilagen der Firma **Socialminds** bei. Wir bitten um freundliche Beachtung.

Autoren

... dieser Ausgabe:
Andreas Berg, Matthias Daberstiel, Titus Dittmann, Kai Dörfner, Dr. Kai Fischer, Dr. Aline Kratz-Ulmer, Dr. Erwin Lammenett, Daniela Münster, Ute Nitzsche, Christian Osterhaus, Jörg Schepers, Benno Schubiger, Sebastian Schwiecker, Rico Stehfest, Jan Uekermann, Juliane Wernhard, Michaela Winkler

vanacken
Druckerei & Verlag

Drucksachen sind für Sie ein Rätsel?

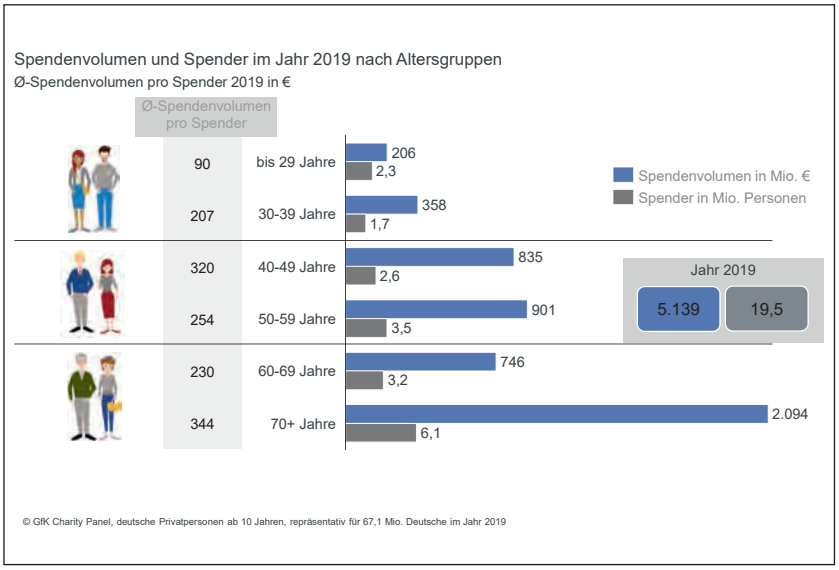


Wir haben die Lösung!

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

Altersgruppe 70+ spendet im Schnitt 344 € pro Jahr



Die Zahlen der „Bilanz des Helfens“ der Gesellschaft für Konsumforschung und des Deutschen Spendenrates sind eindeutig: Deutschland verliert weiter Spenderinnen und Spender, im Jahr 2019 wieder eine Million. Doch in der Altersstruktur zeigt sich, dass bereits 40- bis 49-Jährige deutlich mehr spenden. Sorgen macht dagegen die Gruppe der 60- bis 69-Jährigen. Nur knapp ein Drittel dieser Menschen spendet überhaupt. Erst ab 70 Jahren beginnt das großzügige Spenden. Auch die Spendenbereitschaft liegt in dieser Altersgruppe mit über 50 Prozent deutlich höher als in allen anderen Altersgruppen. Etwa ein Viertel der Deutschen gibt übrigens an, regelmäßig zu spenden.

▶ www.gfk.de

Und sonst noch …

Bärtige Aufmerksamkeit abseits des „Movember“

So richtig gut ist eine Fundraisingaktion ja immer dann, wenn sie Spaß macht. Und so eine Sache ist wohl, zumindest für manche, der „Movember“, wenn sich das starke Geschlecht im November nicht rasiert, um damit auf die Problematik Prostatakrebs hinzuweisen und, idealerweise, damit auch noch Spenden zu sammeln.

Das tut auch „beard4education“, eine Initiative für den Wiederaufbau einer der größten Schulen der Stadt Al-Hasaka im Nordosten Syriens. „Es geht eigentlich darum, den Bart wachsen zu lassen und das dann auf Instagram zu setzen, und dann finden die Leute das lustig, weil sie einen so nicht kennen, und dann kann man sagen: ‚Okay, hier, spend’ ich mal 20 oder 30 Euro‘“, so Jonas von Driesch, der hinter der Hilfsinitiative für Kinder in Syrien steckt. Schön macht’s auch noch.

▶ www.beard4education.wordpress.com

MEINE MEINUNG

„Rechtsstaatlichkeit gilt für alle Menschen. Auch für Asylbewerber!“

Ein Kommentar von MATTHIAS DABERSTIEL

In Österreich wird die kostenfreie Rechtsberatung für Asylsuchende von den bisher betreuenden NGOs komplett auf eine dem Innenministerium unterstellte Bundesagentur für Betreuungs- und Unterstützungsleistungen (BBU) mbH übertragen. Offizieller Grund sind Kosteneinsparungen, aber die NGOs sehen die Unabhängigkeit der Rechtsberatung in Gefahr, wenn der Asylsuchende von derselben Behörde vertreten wird, bei der er auch den Asyl-Antrag stellt.

„Stell Dir vor, der Anwalt deines Ex berät dich bei deiner Scheidung! So unfair ist das neue Asylverfahren“, bringt es Diakonie-Direktorin Maria Katharina Moser auf den Punkt. Denn ob die Beamten des Innenministeriums die Asylbewerber wirklich in deren Sinn beraten – nämlich im Land zu bleiben –, scheint zumindest fragwürdig. Österreich gefährdet damit das in der EU vorgeschriebene Recht auf ein faires Asylverfahren, meint die NGO-Initiative *#fairlassen* dazu. Dass die Grünen dieser Regelung, die noch auf dem Mist der rechtsnationalen FPÖ gewachsen ist, zustimmen, ist ein Armutszeugnis.

Die demokratische Gewaltenteilung wird so eingeschränkt. Den Asylbewerbern bleibt nur die unabhängige spendenfinanzierte Rechtsberatung. 100 000 Euro braucht die Diakonie dafür. Doch Rechtsstaatlichkeit gilt für alle Menschen. Auch für Asylbewerber! Sonst ist Österreich nicht besser als andere despotische Staaten, in denen die Unabhängigkeit der Justiz nur auf dem Papier steht.

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

Mit Erfahrung und Leidenschaft.

Seit über 20 Jahren.

- √ Telefon-Fundraising
- √ Spenderservice
- √ Digitale Kommunikation (E-Mail, Chat und Social Media)
- √ Nachlass-Fundraising

Braucht Ihr Nachlass-Fundraising noch etwas mehr?

Wir unterstützen Sie bei der Schulung von neuen oder fachfremden Mitarbeitenden, bei der Strategie- und Konzepterstellung oder bei einzelnen Dienstleistungen rund um Ihr Nachlass-Fundraising.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf!

Katja Sichtermann
Kerstin Schick

Deutscher Spendenhilfsdienst

DSH GmbH · Alpenerstr. 16 · 50825 Köln

0221 990-1010

k.sichtermann@spendenhilfsdienst.de

www.spendenhilfsdienst.de

Drei Fragen an … Lars Flottmann

Der Fundraising-Manager will mit einer eigenen Agentur dem Helfen helfen

? Sie haben mit „Fundraising Strategen“ eine eigene Beratungs-Agentur für Fundraising gegründet. Wie kam es dazu?

Seit zehn Jahren bin ich mit Herz und Seele im Fundraising unterwegs. Ich habe für große und kleine Organisationen gearbeitet und dabei sehr viel lernen dürfen. Meine Erfahrungen habe ich schon immer mit sozialen Gründern und Projekten geteilt. Zu erleben, dass ich guten Ideen und engagierten Menschen dabei helfen kann, zu wachsen und etwas zu bewegen, hat mich unglaublich motiviert. Ende letzten Jahres habe ich mich dann dazu entschieden, mehr Zeit dafür zu investieren

? Was genau sind Ihre Beratungs-Angebote?

Ich glaube, dass erfolgreiches Fundraising kein dickes Budget braucht, sondern kreative Ideen, befähigte Mitarbeiter und vor allem eine gute Strategie. In Workshops identifizieren wir die größten Fundraising-Potenziale einer Organisation und arbeiten an ihrer Positionierung – also den Antworten auf die existenziellen Fragen nach ihrem „Warum?“, ihren Werten und ihrer Vorstellung von Zukunft. Auf dieser Basis entwickeln wir eine Fundraising-Strategie, mit der die Organisation bestehende und zukünftige Spendergruppen erfolgreich zum Geben einladen kann. Bei der praktischen Umsetzung bin ich gerne als Sparringspartner dabei.

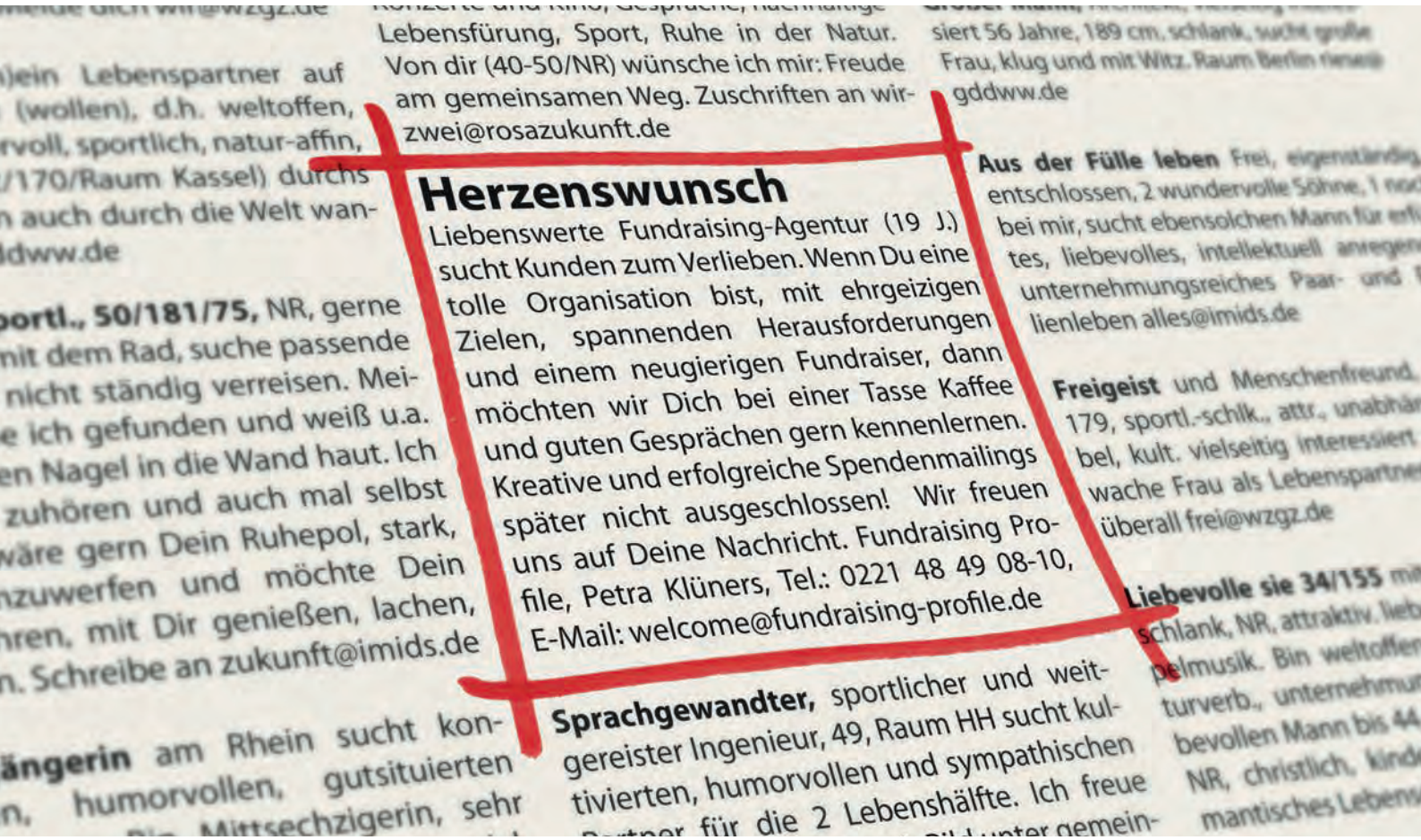
Lars Flottmann …

… nennt sich selbst einen Potenzialheber, Strategen und Malocher für die gute Sache.

? Gleichzeitig sind Sie Teilzeit bei „Opportunity International Deutschland“ angestellt. Wie managen Sie diese Arbeitsteilung?

„Opportunity International“ gehört der größere Teil meiner Zeit. Ich liebe es, mit einem wunderbaren Team, Chancen für Menschen in Entwicklungsländern zu ermöglichen. Außerdem möchte ich auch in der Praxis ein guter Fundraiser sein und das leben, was ich an andere weitergebe. Das ist Chance und Herausforderung zugleich und kann sich gegenseitig sehr bereichern. Damit das immer besser gelingt, lerne ich jeden Tag, mich noch besser zu strukturieren.

▶ www.fundraising-strategen.de



Kurzgefasst …

Schweiz: Spenden von der Steuer abziehen

Die Stiftung Zewo hat in einem Blog-Beitrag zusammengetragen, wie man bei der Steuererklärung für das Jahr 2019 in den einzelnen Schweizer Kantonen auf unterschiedliche Weise Spenden von der Steuer absetzen kann. Hinweise gibt es diesbezüglich nicht nur für Privathaushalte, sondern auch für Unternehmen.

▶ www.zewo.ch

Schulnote 3,6 für gesellschaftliches Klima

Die Menschen in Deutschland bewerten das Klima in der Gesellschaft mit der Schulnote 3,6. Das hat eine Umfrage im Auftrag der ARD ergeben. 64 Prozent haben dabei den Eindruck, dass sich das gesellschaftliche Klima in den vergangenen Jahren verschlechtert hat. Auf die Frage, was besonders wichtig ist, wurden ein respektvoller Umgang und gegenseitige Rücksicht am häufigsten genannt.

▶www.ard.de

10 000 Euro für Kinder in Not

Die Versicherungsgruppe „Die Bayerische“ hat gemeinsam mit Partner „Von Poll Finance“ jeweils 5000 Euro an den „Deutschen Kinderschutzbund“ in Frankfurt und die „Stiftung Ambulantes Kinderhospiz München“ gespendet. Das Geld an den Kinderschutzbund wurde überdies durch das Maklerhaus „Von Poll Immobilien“ auf 10 000 Euro verdoppelt.

▶www.diebayerische.de

Sachspenden von Unternehmen bald steuerfrei?

Deutschlands Bundesfinanzminister Olaf Scholz (SPD) möchte auf die Umsatzsteuer verzichten, wenn Unternehmen Waren an gemeinnützige Einrichtungen spenden. Damit soll es Unternehmen erleichtert werden, Retouren zu spenden statt zu entsorgen. Allerdings ist eine umsatzsteuerliche Befreiung derzeit EU-rechtlich nicht zulässig. Bei der Vernichtung von Retouren wird keine Mehrwertsteuer erhoben.

Neuerungen beim Deutschen Fundraising-Kongress

Die dreitägige Veranstaltung in Kassel soll attraktiver werden. Dazu ist gleich der erste Tag (22. April) im Programm deutlich aufgewertet worden. Dann laden sowohl der nächste „Fachtag Digitales Fundraising“ als auch der neue „Fachtag Unternehmenskooperationen“ ein. Und das alles parallel zu den Masterclasses. Da fällt die Entscheidung nicht leicht.

▶ www.fundraising-kongress.de

Armut, Umweltverschmutzung und Kinderarbeit – ein Foto, das alle drei Tragödien widerspiegelt, ist das „Unicef-Foto des Jahres 2019". Der Fotograf Hartmut Schwarzbach fing ein, wie ein Mädchen seine Gesundheit riskiert, um zu überleben. Auf dem Bild sammelt sie laut Unicef Plastikmüll am Hafen von Manila, um dafür etwas Geld bei einem Recycler zu bekommen. Schon Siebenjährige paddeln demnach auf Bambusflößen und Kühlschranktüren durch das Hafenbecken. ▶ www.unicef.de

Vertrauen in NGOs stabil

Weltweit ist das Vertrauen in NGOs im vergangenen Jahr stabil geblieben, wobei 58 Prozent der Befragten Organisationen als vertrauenswürdig einordneten. In 16 Ländern ist es sogar gestiegen, so die Ergebnisse des „2020 Edelman Trust Barometer". Dabei wuchs das Vertrauen in allen europäischen Märkten, mit einer Ausnahme: Deutschland. Hier ist es sogar gesunken. Europaweit ist das Ansehen von NGOs in Spanien und Frankreich am höchsten. Am niedrigsten liegt es in Russland, wo es nur 25 Prozent erreicht.
▶ www.edelman.com

„.org" soll verkauft werden

Mehr als 800 Organisationen und Einzelpersonen protestieren im Internet gemeinsam gegen den Verkauf der Domain „.org". Die Non-Profit-Organisation „Internet Society" (ISOC) will die sogenannte „Public Interest Registry" (PIR) für über eine Milliarde Dollar an die Investmentgesellschaft Ethos Capital verkaufen. Die PIR ist die Registrierungsstelle für .org-Domains und damit für deren Verwaltung zuständig. Befürchtet werden dadurch Konsequenzen wie höhere Preise. Die Petition wurde bislang von 24 500 Protestlern unterzeichnet.
▶ www.savedotorg.org

Bots als Klimagegner

Ein Viertel der Tweets zum Thema Klimawandel stammen nicht von Menschen, sondern von automatisierten Bots. Diese digital erzeugten Nachrichten neigen deutlich dazu, die zunehmende Zerstörung der Umwelt durch den Menschen zu leugnen. Zu dem Ergebnis kommt eine bislang unveröffentlichte Studie der Brown University in Providence, USA. Die Forscher haben 6,5 Millionen Tweets analysiert, die rund um den 1. Juni 2017 verfasst wurden, als US-Präsident Donald Trump den Austritt der USA aus dem Übereinkommen von Paris ankündigte.
▶ www.brown.edu

Schöner scheitern … mit Mailings

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.

Schöner scheitern mit Katzenfotos

Vor einigen Jahren wollten wir unseren Tierfreunden im Mailing eine Zusatzfreude machen. Als Dank für die Unterstützung lag jedem Brief eine Postkarte mit einem süßen Katzenfoto bei. Das Druckhaus hatte es gut gemeint und die Karten auf schönen dicken Karton gedruckt. Hochglanz natürlich! Die böse Überraschung kam bei der Post, als wir die Mailings aufliefern wollten: „Das sind aber 21,1 Gramm!“, flötete die Postfrau fröhlich. Meiner Kollegin und mir war nicht zum Lachen zumute. Diese läppischen 1,1 Gramm zu viel würden die Portokosten fast verdoppeln! Aber mit der Post ist damals wie heute nicht zu verhandeln. Die nächsten Abende verbrachte unser Team damit, alle 5 000 Umschläge zu öffnen, die Postkarten gegen leichtere auszutauschen. Das Druckhaus hatte kulanter Weise kostenlos Ersatz geliefert: mit Hundemotiv – wegen der Verwechslungsgefahr. Die Hochglanzpostkarten mit den süßen Kätzchen verschicken wir noch heute zu allen möglichen Anlässen.

Schöner scheitern mit Excel

Man sagt immer, Computer sind nur so gut, wie die Menschen, die davor sitzen. Das kann ich mit der Erfahrung vom letzten Spender-Event leider bestätigen. Diesmal hatten wir uns für die wichtigen Spender etwas Besonderes ausgedacht: Eine aufwendig gestaltete Einladungskarte mit tollen Projektfotos sollte uns die Großspender ins Haus locken. Eine wunderbare, charmante Gelegenheit für intensive Dialoge. Ich hatte mir dafür extra ein neues Kleid gekauft! Alles war perfekt organisiert, die Druckerei übernahm zum Glück gleich die komplette Versandabwicklung. Das würde ein großartiger Erfolg werden – wenn da nicht Excel gewesen wäre. Ich legte in der Adressdatei ein Tabellenblatt zwei an, dorthin verschob ich die ausgewählten wichtigen Leute, die wir einladen wollten. Die Druckerei nutzte dann jedoch Tabellenblatt eins, das mit den restlichen Adressen; es waren ja auch viel mehr. Wir hatten fette Kosten für Druck und Porto und beim Event ein Haus voller Gäste. Großspender waren leider keine dabei.

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

BERUFSBEGLEITENDER LEHRGANG

Fördermittelmanager/-in für gemeinnützige Organisationen (FLA)

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

FÖRDERLOTSE AKADEMIE

Für Mitarbeitende aus gemeinnützigen Organisationen und Berater/-innen für den Non-Profit-Bereich mit Berufserfahrung, die sich für den Verantwortungsbereich Fördermittelakquise fundiert und praxisorientiert qualifizieren möchten.

- zwölf Monate berufsbegleitend
- 4 mal 3 Präsenztage
- 11 E-Learningmodule im Umfang von 900 Minuten
- maximal 18 Teilnehmende
- qualifiziertes Zertifikat der Förderlotse Akademie (FLA)
- Leitung: Torsten Schmotz & Bernd Kreh
- Dozententeam mit den führenden Fachkräften für Fördermittelgewinnung in Deutschland

In Kooperation mit bakd

Ein Angebot von Förderlotse Torsten Schmotz

▸ Start des dritten Jahrgangs: 1. Oktober 2020

Infotelefon: 09874 – 322 516 E-Mail: info@fl-akademie.info www.fl-akademie.info

Warum Software-Einführungen scheitern und NGOs sich professionalisieren müssen

Persönliche Gedanken von Cornelia Blömer

Kenner der Szene hören von immer mehr gescheiterten Software-Einführungsprojekten. Ein Neuanfang erscheint sinnvoller als ein „Weiter so". In einem Fall beginnt eine große NGO parallel zum Produktivstart ein neues Evaluierungsprojekt. In einem anderen Fall wird inzwischen die dritte (oder vierte?) Agentur mit der Implementierung beschäftigt. Und dort, wo man die Einführung zwar nicht als gescheitert betrachten muss, ist echte Freude über das abgeschlossene Projekt oft nicht zu verspüren.

Unbenommen gibt es auch viele Projekte, die zum Erfolg geführt werden. Aber jede gescheiterte Software-Einführung ist eine zu viel, ist sie doch eine sehr frustrierende Erfahrung für alle Beteiligten, Organisation und Dienstleister gleichermaßen. Für die NGO-Mitarbeiterinnen bedeutet es, dass sie wieder ganz am Anfang eines aufwendigen Projektes stehen, das oft genug neben der eigentlichen Arbeit unterstützt werden muss. Der Dienstleister verliert im besten Fall nur einen Kunden und im schlimmsten Fall an Reputation.

Aus meiner Sicht ist es Zeit für eine kritische Betrachtung. Mancher Berater kommt zu der Einsicht, dass NGOs manchmal etwas naiv in Software-Projekten agieren. Auch auf Seiten der Dienstleister kommt das Projektmanagement nicht selten unstrukturiert daher. Das überrascht – unterstellen wir doch den „Profits" oft professionelleres Handeln als den „Non-Profits". Letzten Endes stellt sich diese Einteilung hier als irrelevant heraus. Software-Dienstleister müssen sich ihr Personal auf einem hart umkämpften Markt beschaffen. Gemeinsam hat man ein Talent dazu entwickelt, sich durchzuwurschteln. Definitiv lässt sich die Wurschtelei nicht an einzelnen Anbietern oder Produkten festmachen. Ich behaupte mal, dass wir in Sachen Professionalisierung des Fundraisings in den letzten 20 Jahren deutlich vorangekommen sind. Vom Ziel einer durchgängigen Professionalisierung des Managements in NGOs sind wir jedoch nach wie vor weit entfernt. Dieses Manko tritt durch die tiefgreifenden Veränderungen im Rahmen der digitalen Transformation deutlich zutage. Software-Einführungen betrachte ich an dieser Stelle als ein Beispiel für viele Neuerungen, die durch ein mangelndes Verständnis für die Komplexität von digitalen Veränderungsprozessen scheitern.

Wirtschaftsunternehmen wissen seit Langem, dass digitale Innovationen als Treiber Prozesse verändern, Strukturen und Kultur des Unternehmens umkrempeln. Digitale Transformation ist mehr als das schrittweise Einführen von Software-Produkten. Die Veränderungen, die neue Technologien mit sich bringen, sind essenziell. Das Relationship-Fundraising verbessert sich nicht automatisch durch die Einführung eines neuen CRMs. Wenn diese Investition zum Erfolg führen soll, müssen Veränderungen auf vielen Ebenen umgesetzt werden, nicht nur an den technischen Schnittstellen. Der Einsatz eines CRMs ist immer mit nachhaltigen Veränderungen von Arbeitsabläufen, Personaleinsatz und Unternehmenskultur verbunden.

Deshalb ist eine CRM-Einführung nicht in erster Linie eine Aufgabe der IT oder des Fundraisings – sondern eine Management-Aufgabe. Wir brauchen nicht nur Berater, die die komplexen Auswirkungen von Digitalisierung verstehen und voranbringen. Wir brauchen Führungskräfte, die Software-Einführungen den Rahmen und die Ressourcen zur Verfügung stellen, die sie benötigen. Wir brauchen im Management Persönlichkeiten mit der Einsicht in Veränderungsprozesse und dem Mut, sie zu gestalten. Es wird Zeit, dass dieses Wissen in NGOs ankommt, bevor wir noch mehr Ressourcen – Zeit, Geld und kostbare Mitarbeiter – verbrennen.

Cornelia Blömer ist seit Dezember 2019 Leiterin des Standortes Berlin bei der ANT-Informatik GmbH. Sie verfügt über langjährige Erfahrung als Fundraising-Managerin und ist in der Branche tief verankert. Als Abteilungsleiterin für Marketing und Fundraising in der Geschäftsstelle des NABU übernahm sie 2006 zum ersten Mal Verantwortung für ein großes Software-Auswahlprojekt. In den vergangenen zehn Jahren beriet sie NPOs bei der Evaluation und Einführung neuer Software sowie in den Bereichen Fundraising und Datenschutz. Seit 2018 ist Cornelia Blömer Zertifizierte Datenschutzbeauftragte.
▶ www.ant-informatik.ch

Ihr Digital- und Telefundraising:

Eine integrierte Strategie **mit Socialminds**

„Aus unserer Erfahrung wissen wir, dass es ein sehr großer Vorteil ist, wenn die Teams aus den Bereichen „Digital“ und „Telemarketing“ in einem Unternehmen zusammenarbeiten. So wird sicher gestellt, dass die Reise und die Erfahrung Ihres Spenders aufeinander abgestimmt sind. Außerdem kann überprüft werden, ob die Aktion zur Lead-Generierung und das Telefon-Skript gut zusammenpassen und ob wichtige Datenprozesse reibungslos ablaufen. ***Alles aus einer Hand!“***

SENSIBILISIERUNG - ENGAGEMENT - CONVERSION

1 Online

Community-Bildung durch sinnvolles Online-Engagement

Halten Sie das Engagement Ihrer Community aufrecht: Retargeting & E-Mail-Reise

2 Online/Telefonisch

Ihre Community generiert Telefonisch oder Online finanzielle Unterstützung

Conversion

Erstkontakt zur Umwandlung der Online generierten Kontakte in einen neuen Spender

Willkommen

Ihre Organisation ins Gedächtnis der neuen Spender bringen

Dauerspende

Regelmäßige Spenden durch eine Einzugsermächtigung generieren

Erhöhung

Spendenvolumen von bestehenden Einzugs-ermächtigungen für wichtige Projekte erhöhen

socialcall.

Unser Team ist gespannt auf Ihre Fragen: info@socialminds.de oder telefonisch: 030 30809649. Mehr Informationen über alle Leistungen finden Sie auf unserer Website: www.socialminds.de
Wir freuen uns auf Sie!

socialminds

„Es geht nicht darum, gegen etwas zu

Fridays for Future, Klimakrise, Unzufriedenheit mit politischen Prozessen: Gesellschaftspolitische Entwicklungen einzufordern steht im Sinn des Zeitgeists immer deutlicher im Bewusstsein der Bevölkerung, weltweit. Und ganz vorn mit dabei: die jungen Generationen. Und die haben bereits erkannt, dass es nicht ausreicht, seine Stimme auf der Straße zu erheben. Deshalb organisiert und vor allem professionalisiert sich die Generation der 16- bis 25-Jährigen zusehends.

Von RICO STEHFEST

Dringlichkeit ist das Gebot der Stunde. Grundsätzlich betrachtet lässt sich sagen, dass jenen Kritikern aktueller politischer Prozesse, die sich den akuten Problemen unserer Zeit wie Generationengerechtigkeit, Demokratiesicherung oder Flüchtlingskrise widmen, langsam aber sicher die Hutschnur reißt. Dabei sind aber nicht eventuelle Demonstranten auf den Straßen gemeint, die laut sind, weil es eventuell gerade passt. Nicht jeder öffentliche Protest ist argumentativ und mit konstruktiven Ansätzen untermauert.

Es gibt immer mehr vor allem jüngere Menschen, die sich nicht nur einer nachhaltigen Entwicklung widmen wollen, sondern das auch auf nachhaltige Weise tun möchten. So beispielsweise all jene, die sich im Jugendrat der Generationen-Stiftung engagieren, die sich selbst als Interessenvertretung der kommenden Generationen sieht. Ihr Einsatz für eine gesicherte Zukunft mit den Möglichkeiten eines guten Lebens ist auch ein Engagement für ihre persönliche Zukunft. Das ist nicht die Generation von morgen. Das ist die Generation von heute. Sie ist es, die von heute an am längsten mit dem leben wird, was wir als Gesellschaft heute schaffen oder nicht schaffen.

Eine von ihnen ist Nina Kastner, Studentin der Geografie in Heidelberg. Was sie zu ihrem Engagement gebracht hat? „Ich bin seit letztem Sommer im Jugendrat dabei. Ich hatte vorher schon eine ganze Weile nach einer Form des Aktivismus gesucht, die über das Hochhalten eines Schildes auf der Straße hinausgeht“, so die 22-Jährige. „Den Aspekt der Generationengerechtigkeit finde ich dabei besonders spannend, weil er so vielschichtig ist. Es geht eben nicht nur darum, die Klimakrise zu lösen. Das macht für mich Sinn.“ Und da in den Augen des

Müll/Mikroplastik

„Ich finde es erschreckend, dass sich beispielsweise größere Mengen Mikroplastik in der Nahrung befinden. Es ist fatal, dass wir unseren Müll ins Ausland exportieren, weil wir viel zu viel davon produzieren, um selbst damit umzugehen. Wir haben es immer noch nicht geschafft, auf abbaubare oder wenigstens vollständig recycelbare Kunststoffe umzustellen. Solche Lösungen müssen dringend gefunden werden, damit die Mülleppiche in den Ozeanen und Müllhalden überall auf der Welt nicht ewig weiter wachsen.“
Timo Bracht, 20 Jahre,
Schüler in Soest

Wahl

„Wenn wir eine gerechte Gesellschaft wollen, in der alle Menschen gleichberechtigt mitreden können, müssen wir die Interessen aller ernst nehmen. Stattdessen dürfen in Deutschland 13,5 Millionen Menschen allein aufgrund ihres Alters (und zehn Millionen Menschen, weil sie keine deutsche Staatsbürgerschaft haben) nicht wählen. Aber die heutige Jugend muss am stärksten und längsten mit den politischen Entscheidungen für die Zukunft leben. Insofern braucht sie eine laute Stimme. Wir brauchen ein ‚Wahlrecht für alle‘ für zukunftsfähige Politik – ob beim Klima, Rente oder Bildung.“
Hannah Lübbert, 19 Jahre,
Studentin in Lüneburg

Rente

„Mittlerweile wissen wir, dass unser Rentensystem nicht demografiefest ist. Die alten Menschen werden immer mehr, wir Jungen sind immer weniger. Ich finde: Es ist an der Zeit, über ein zukunftsfähiges Rentensystem nachzudenken. Als Erstes muss die Politik den Handlungsbedarf bei der Rente eingestehen, statt weiter leere Versprechungen zu machen. Wenn wir die Rente nur bis 2025 sichern können, wie soll es dann aussehen, wenn meine Generation mal in den Ruhestand geht?“
Niklas Hecht, 22 Jahre,
Student in Leipzig

sein, sondern für etwas einzustehen“

Klima

„Beim Klimaschutz läuft uns die Zeit davon. Doch die Verantwortlichen in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft ducken sich weg und versuchen, die Situation auszusitzen. Deshalb liegt es an uns, dafür zu kämpfen, dass gehandelt wird. Das tue ich gemeinsam mit meinem Team im Jugendrat. Denn ich möchte meinen Kindern später mit gutem Gewissen in die Augen sehen können und sagen: Wir haben alles gegeben und dadurch geschafft, die Klimakatastrophe abzuwenden.“
Jonathan Gut, 21 Jahre,
Student in Dresden

Jugendrats der bisherige Generationenvertrag nicht aufgeht, haben sie ihn kurzerhand in einer aufmerksamkeitsstarken Aktion gekündigt. Und sie laden alle dazu ein, es ihnen gleichzutun. Dahinter steckt keinerlei postpubertäre Trotzreaktion. Es geht vielmehr darum, Tabula rasa zu machen und den tatsächlichen Dringlichkeiten, so, wie sie von den jungen Menschen wahrgenommen werden, Ausdruck zu verleihen. Dazu braucht es scheinbar drastische Maßnahmen. Und bekanntlich verhält es sich eben so, dass, je drastischer die Maßnahmen sind, die umgesetzt werden müssen, desto geringer die Wahrscheinlichkeit ist, dass sich die Politik heranwagt. Welche Partei will sich unbeliebt machen?

Bemerkenswert ist dabei der ganzheitliche Ansatz, den die Engagierten verfolgen. Alles hängt bekanntlich mit allem zusammen. Das ist auch der Grund, warum sich Hannah Lübbert im Dezember 2018 dazu entschlossen hat, die Ärmel hochzukrempeln. Die Studentin, 19 Jahre alt, ist in Lüneburg für Umweltwissenschaften und Psychologie eingeschrieben. So gesehen überrascht ihr Engagement nicht direkt. Sie hatte damals in Berlin ein Poster der Generationen-Stiftung gesehen und sich daraufhin genauer damit befasst: „Ich hatte einfach nach Möglichkeiten für ein Engagement gesucht, aber andere Organisationen waren mir einfach zu monothematisch. Gleich beim ersten Treffen fand ich die Stimmung ganz anders als beispielsweise bei Jugendparteien. Da wurde viel größer gedacht, ganz nach dem Motto: Wir können alles verändern. Manche Organisationen haben dahingegen nur als Ziel, eine kleine Demo zu organisieren.“ Wie sie selbst sagt, hat sie sich bereits, seitdem sie vierzehn war, für Politik interessiert, allerdings, wie sie es nennt, als „Zuschauersport“: „Ich dachte mir, die Politiker werden das schon machen“, so ihre damalige Position. Heute aber hat sie erkannt, dass selbst diejenigen, die politische Verantwortung übernommen haben, nichts tun. Viel geredet wird nach wie vor. Sonst nichts. Gleichzeitig ordnet sie aber ihr Engagement nüchtern ein, betont, dass ihr völlig klar sei, dass sich jemand, der 40 oder 50 Stunden pro Woche arbeitet, kaum Gelegenheit für zivilgesellschaftliches Engagement aufzubringen in der Lage ist. Sie selbst sieht ihre Situation als privilegiert, sie ist in der Lage, sich einzubringen. Das kommuniziert sie auch ganz klar. ▸

Generationenvertrag

„Der Generationenvertrag ist meines Erachtens mehr als eine Vereinbarung zwischen den Generationen im Rentensystem. Er ist eine Übereinkunft von Jung und Alt, gerechte Verhältnisse und Voraussetzungen für alle zu schaffen: Generationengerechtigkeit. Das bedeutet für mich, die Folgen des eigenen Lebensstils selbst zu tragen und nicht den folgenden Generationen aufzubürden. Ich fordere eine generationengerechte Politik und Gesellschaft. Das bedeutet: systemische Veränderungen in allen Lebensbereichen. Sofort.“
Nina Kastner, 22 Jahre,
Studentin in Heidelberg

Bildung

*„Unser Bildungssystem ist ungerecht. Dass frühkindliche Bildung kostet, während sich das Masterstudium von der Steuer absetzen lässt, und die wachsende Zahl außerschulischer Nachhilfeangebote und privater (Hoch-)Schulen sind für mich Ausdruck davon, wie unser Bildungssystem soziale Ungleichheit verschärft. Dabei ist doch eigentlich klar, dass von guter Bildung für alle jede*r profitiert. Für mich gilt deshalb: Grundlegende Bedürfnisse wie Bildung für alle priorisieren, statt weiter vor allem die ‚Spitzen‘ zu fördern.“*
Victoria Herbig, 21 Jahre,
Studentin in Berlin

▶ Am Ende geht es ihr darum, dass sich alle für ihre Interessen starkmachen können.

Der Jugendrat – derzeit etwa 15 Schüler und Studenten – trifft sich in der Regel vier Mal im Jahr im Berliner Büro. Was während dieser Treffen geschieht, ist ganz unterschiedlich, wie Nina Kastner erläutert: „Entweder planen wir Kampagnen oder entwickeln bestehende weiter. Wir beantworten Fragen, die sich in aktuellen Prozessen gestellt haben. Letztes Jahr waren wir dann beispielsweise mit unserer Aktion #NoSUV im Rahmen einer Demo auf der IAA." Manchmal treffen sie sich aber auch öfter, beispielsweise in der Zeit, in der der Jugendrat gemeinsam an einem Buch geschrieben hat. „Ihr habt keinen Plan. Darum machen wir einen. 10 Bedingungen für die Rettung unserer Zukunft" lautet der Titel. Dafür haben die Mitglieder nicht nur intensiv gearbeitet, sondern sich auch mit Wissenschaftlern getroffen, um intensive Gespräche zu führen. Das Ergebnis ist genau das, wofür die Mitglieder des Jugendrats einstehen. Es geht nicht darum, stets neue Forderungen zu formulieren. Aufgefächert nach unterschiedlichsten Themenbereichen bietet das Buch eine Handreichung konstruktiver Zukunftskonzepte. Und jetzt? Das Buch hat Anklang gefunden, seit seinem Erscheinen im vergangenen November liegt es bereits in der vierten Auflage vor. Nur vonseiten der Politik blieben die Reaktionen darauf aus. Eine harte Lektion, die aber niemanden die Flinte ins Korn werfen lässt. Lesungen und Publikumsdiskussionen, Gespräche mit der Öffentlichkeit sollen weitere Überzeugungsarbeit leisten. Auch wenn die Vorschläge nicht in allen Details so umgesetzt werden sollten. Weiterhin heißt es: Druck machen, ganz oben an die Türen klopfen.

Warum ich mich engagiere?

„Ich halte es in einer lebenswerten Gesellschaft für essenziell, sich politisch zu engagieren, laut zu sein, die Zukunft selbst zu gestalten. Das ist für mich ein grundlegender Teil meines Lebens. Dabei kann Engagement in Aufklärungsarbeit, manchmal auch nur im eigenen Freundeskreis, oder aber in der Organisation von Protestformen bestehen. Der Kreativität sind hier keine Grenzen gesetzt, und das eine ist nicht weniger wert als das andere."
Hannah Fiederer, 20 Jahre,
Studentin in Würzburg

Jugend hat keine Erfahrung?

Das ist kein leichter Job, das ist allen Beteiligten klar. Die Herausforderungen liegen aber nicht allein in der inhaltlichen Komplexität der zu behandelnden Themen. Ein strukturelles Phänomen, das die Arbeit des Jugendrats zusätzlich belastet, ist die Tatsache, dass junge Menschen von älteren gern mal nicht ganz so ernst genommen werden. Nina Kastner betont in diesem Zusammenhang: „Muss ich warten, bis ich 30 bin, um ernst genommen zu werden? Wieso ist das Alter so ausschlaggebend? Menschen unterschiedlichen Alters befinden sich an unterschiedlichen Punkten in ihrem Leben, in ihrer Entwicklung. Sicherlich kommt später mehr Erfahrung dazu, aber wir fordern ja nicht willkürlich irgendwas, sondern genau das, was die Wissenschaft seit Jahren predigt. Wir haben Angst, das könnte ignoriert werden." Natürlich ist sich auch Hannah Lübbert dessen bewusst. Sie selbst ist der Meinung, innerhalb des letzten Jahres habe sich geändert, wie sie wahrgenommen wird: „Das hat auch etwas damit zu tun, was ich mir selbst zutraue. Vor einem Jahr war ich in Diskussionen und Veranstaltungen noch sehr schüchtern. Ich war ja erst 18. Aber mit der Zeit bessert sich das. Warum soll ich mir nicht zutrauen, einen kleinen Schritt gehen zu können, wenn die Politiker gar nichts schaffen?"

Auf diese Weise tut sich tatsächlich etwas. So betont Hannah Lübbert auch, dass Engagierte aus anderen Bereichen, die sich bereits länger einbringen, zusehends mehr junge Menschen einbinden, sie aufs Podium und zu Gesprächen bitten. Da kommt langsam so ein Schuldgefühl aus der Richtung der Älteren, da dann doch ganz schön was verbockt zu haben. Der Generationenkonflikt, da sind sich alle einig, rückt immer weiter ins Bewusstsein der Menschen. ◘

▶ www.generationenstiftung.com

Drei Amtshandlungen, wenn ich Bundeskanzlerin wäre

„Gerade steht alles auf dem Spiel. Die drängendste Herausforderung ist die Klimakrise. Um sie zu bewältigen, müssen wir die großen Hebel in dem System umlegen, das diese Krisen erst hat entstehen lassen. Ich würde die Dringlichkeit der Situation anerkennen, einen Rettungsplan vorschlagen, der die großen Hebel zur Lösung der Klimakrise umlegt – bei der Wirtschaft, in der Finanzwelt, im Sozialen –, und als dritte Amtshandlung alles daran setzen, ihn so schnell wie irgendwie möglich umzusetzen."
Franziska Heinisch, 20 Jahre,
Studentin in Heidelberg

Buch-Tipp:
Ihr habt keinen Plan. Darum machen wir einen. Lesen Sie dazu auch die Besprechnung auf Seite 90.

EIN STARKES TEAM

für Ihren digitalen Wandel

Engage with us – täglich helfen wir gemeinnützigen Organisationen etwas zu bewegen. Wir tun dies mit ifunds engage365, der Microsoft Dynamics 365 – Lösung. Als Experten für digitale Trends und neue Technologien für den langfristigen Erfolg Ihres Fundraisings steht das Team der ifunds germany für Sie vom 22.-24. April 2020 in Kassel auf dem Kongress. Treffen Sie uns am Stand 33 – starten Sie mit uns den digitalen Wandel Ihrer Organisation!

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

ifunds

PRO &

„Der Effektive Altruismus* ist die Zukunft des Spendens“

... meint Sebastian Schwiecker

Der Effektive Altruismus besteht aus zwei Komponenten. Die eine ist der Versuch, die Frage zu beantworten, wie man mit den Ressourcen, die einem zur Verfügung stehen, möglichst viel Gutes tun kann. Die andere ist die Aufforderung, es auch zu tun.

Konkrete Anwendung findet der Effektive Altruismus nicht nur in der Karriereplanung, sondern auch beim Spenden. Hier sind in den letzten Jahren Institute entstanden, die sich weltweit auf die Suche nach den gemeinnützigen Organisationen machen, die mit zusätzlichen Spenden die größtmögliche Wirkung erzielen können. Dabei werden auch Hilfsorganisationen miteinander verglichen und ganz klare Empfehlungen ausgesprochen. So entstand für den Spendenmarkt erstmalig eine Bewertung verschiedener Angebote durch unabhängige Experten.

Ein Vorgehen, wie wir es in anderen Lebensbereichen seit Jahrzehnten kennen und nicht mehr missen möchten. Statt sich lediglich auf Werbung oder die Aussagen der Organisationen selber zu verlassen, können Spenderinnen und Spender sich durch die öffentlich zugänglichen Evaluierungen nun ein eigenes Bild machen und somit die Chance erhöhen, dass sie mit ihrer Spende wirklich zu einer besseren Welt beitragen. Wie bei jeder Produktbewertung gilt auch für die Evaluierung von Spendenorganisationen, dass nicht jeder die Kriterien der Prüfenden teilt.

Dem sind sich auch die Anhängerinnen des Effektiven Altruismus bewusst. Sie legen daher großen Wert darauf, die eigenen Wertmaßstäbe transparent zu machen. Ein ganz wichtiger besteht – wie eingangs bereits genannt – darin, mit einer Spende möglichst viel zu helfen. Andere Motive zu spenden, wie soziale Beziehungen oder der Status der Spender, werden hingegen nicht berücksichtigt. Ein weiterer wichtiger Wert, den die Effektiven Altruistinnen vertreten, ist, dass jedes Menschenleben gleich viel zählt.

Daraus folgt, dass es oft sinnvoller ist, Menschen in besonders armen Ländern zu unterstützen, da man dort mit dem gleichen Spendenbetrag deutlich mehr erreichen kann.

Insofern ist der Effektive Altruismus nicht für jeden. Wer die grundlegenden Werte nicht teilt oder andere Motive hat zu spenden, dem werden auch noch so ausgereifte Bewertungsmodelle nicht helfen. Für alle, deren Spenden rein altruistisch motiviert sind und deren Nächstenliebe nicht an Bedingungen geknüpft ist, kann er jedoch die Zukunft des Spendens sein, denn er bietet erstmals echte Unterstützung dabei, die eigenen Ziele auch wirklich zu erreichen. ◘

Sebastian Schwiecker studierte Volkswirtschaftslehre an der Freien Universität Berlin, der Eberhard Karls Universität Tübingen und der California State University. Nach seinem Studium arbeitete er bei der KfW Entwicklungsbank und der ProCredit Bank Bosnien und Herzegowina. Im Anschluss gründete er das Sozialunternehmen Helpedia und rief mit dem Socialcamp die erste deutschsprachige Veranstaltung zum Thema Digitalisierung im sozialen Sektor ins Leben. Später arbeitete er u.a. bei Deutschlands größter Spendenplattform betterplace.org sowie in verschiedenen sozialen Start-ups an der Schnittstelle zwischen Innovation und Gemeinwohl.

▶ www.effektiv-spenden.org

Und was meinen Sie?
Schreiben Sie uns an
meinung@fundraiser-magazin.de

CONTRA

„Der Effektive Altruismus* ist der Totengräber der Freude am Geben“

... meint Kai Dörfner

Wem spende ich? Und wenn ja, wie viel? Wir kennen diese Fragen. Für den einzelnen Spender ist der Effektive Altruismus deshalb hilfreich, um sich klar zu werden, wohin die Spende mit maximaler Wirkung fließen soll. Aber eine Philosophie sollte sich an den Folgen messen lassen, wenn sie Allgemeingut wäre.

Der Anspruch, Spenden nach bestmöglicher Wirkung zu geben, würde altruistisches Verhalten und die Kultur der Gabe ersticken. Er entwertet und verdrängt die Vielzahl individueller Spenden-Motive zu Lasten eines einzelnen, des zweckrationalen Motives. Und durch seine Komplexität überfordert er uns. Doch wer überfordert ist, lässt das Handeln sein.

Der Effektive Altruismus lädt die Aufgabe von Nationen auf die Schultern von Privatpersonen ab. NGOs agieren oft in Parallelstrukturen, während gleichzeitig üppig vorhandene Milliarden in Rüstung, Bauprojekten oder korrupten Kanälen versacken. Wenn sich Spender den Schuh anziehen müssen, für die Behebung der Nöte der Welt zuständig zu sein und dann noch unter dem Druck stehen, dies bestmöglich machen zu müssen, ist das eine wunderbar bequeme Entlastung für die nicht handelnden Staaten. Politisches Handeln kann weit mehr bewirken.

In der Konsequenz führte der Effektive Altruismus zu einer Monopol- oder Oligopolbildung im sozialen Sektor. Die besten NGOs bekämen alle Spenden. Aber solche Strukturen waren noch nie auf Dauer hilfreich oder innovativ.

Der Effektive Altruismus passt in die zeitgeistige Welle der Selbstoptimierung. Es reicht nicht, die Welt ein bisschen zu verbessern. Wir müssen es gleich perfekt tun. Diejenigen, welche eh schon helfen, werden unter Druck gesetzt, es perfekt zu machen. Die Förderung stabiler politischer Systeme ist ein Hebel, der mehr als nur umverteilte Spendenmilliarden bringt.

Abgesehen davon: Müssten angesichts der potenziell verheerenden Folgen des Klimawandels nicht eh alle (!) Mittel und Anstrengungen dort eingesetzt werden?

Seit 2002 arbeitet **Kai Dörfner** bei der „eva – Evangelischen Gesellschaft Stuttgart“ und leitet den Bereich „Kommunikation – Freunde und Förderer“, in dem die Spendenwerbung sowie die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit integriert sind. Zudem ist er seit 2003 Geschäftsführer der von ihm aufgebauten „Stiftung der Evangelischen Gesellschaft Stuttgart (eva's Stiftung)“.
▶ www.eva-stuttgart.de

* **Effektiver Altruismus** ist laut Wikipedia eine Philosophie und soziale Bewegung der frühen 2010er Jahre, die darauf abzielt, die beschränkten Ressourcen Zeit und Geld optimal einzusetzen, um das Leben möglichst vieler umfassend zu verbessern. Effektive Altruisten (EA) streben danach, dass ihr Handeln die größten positiven Auswirkungen hat. Dieser auf Evidenz basierende Ansatz unterscheidet den Effektiven Altruismus vom traditionellen Altruismus oder der klassischen Wohltätigkeit. Viele EA kommen aus der Philosophie, den Wirtschaftswissenschaften, der Mathematik oder aus Bereichen, die rationales und quantitatives Denken bevorzugen. Die Priorisierung von Problemen ist entscheidend: EA betrachten auch die Kapazität von Hilfsorganisationen, zusätzliche finanzielle Mittel effektiv einzusetzen. Diesem Gedanken folgend sollten Hilfsorganisationen nicht primär danach ausgewählt werden, was sie schon erreicht haben, sondern was sie zukünftig mit einer Spende erreichen können.

HUGS
for
CUPS

„Es ist awesome, Teil der Bewegung zu sein“

Was junge Menschen im Alter zwischen 16 und Mitte 30 wollen

Generation Fridays For Future, Millennials, GenZ oder einfach „die Jugend von heute“ … Junge Menschen im Alter zwischen 16 und Mitte 30 sind so verschieden wie in jeder anderen Altersgruppe. Dennoch haben Sozialwissenschaftler auch hier weder Kosten noch Mühen gescheut, die Generation zu erforschen. Demnach sind sie die Kunden von heute und die Spender von morgen. Doch wofür interessiert sich die junge Generation? Und wie will sie wirken: als Spender oder Macher?

Von DANIELA MÜNSTER

Laura, 17, blickt kurz vom Smartphone auf: „Du willst wissen, wie du uns zum Spenden bringen kannst? Schau dir einfach Team Trees an.“ Pling, schon hat sie per WhatsApp einen Link geschickt. Team Trees – das ist eine US-amerikanische Spendenaktion, die es innerhalb von nur drei Monaten geschafft hat, bis zum Beginn des Jahres 2020 20 Millionen US-Dollar zu sammeln, um

> Die 14- bis 19-Jährigen beziehen zu 56 % ihre aktuellen Informationen aus dem Internet, 90 % nutzen regelmäßig Chats oder Instant Messenger.
>
> (VuMA-Touchpoints-Monitor)

20 Millionen Bäume zu pflanzen. Die Initiative wurde von den jungen YouTubern MrBeast und Mark Rober ins Leben gerufen. Ausschlaggebend war der Vorschlag eines Fans auf der Kommunikationsplattform Reddit: Jimmy Donaldson aka MrBeast solle doch 20 Millionen Bäume pflanzen, um den 20-millionensten Abonnenten seines YouTube-Channels zu feiern. Die Idee verbreitete sich im Internet (YouTube, Reddit, Twitter) hauptsächlich in Form von Memes und wurde von vielen YouTubern und Influencern unterstützt.

Am 25. Oktober 2019 lud Donaldson ein Video hoch, in dem er seinen Plan erklärte. Die Spendenkampagne nahm Fahrt auf. Viele YouTube-Creators schlossen sich an.

> 39 % der 16- bis 24-Jährigen geben an, sich sehr für Politik zu interessieren, von den 25- bis 39-Jährigen sogar 45 %.
>
> (GIM Gesellschaftsstudie „Wie tickt Deutschland?“)

Team Trees ist inzwischen in über 8000 Videos zu sehen, auf Instagram und Twitter haben über 556 000 Posts mehr als 4,6 Milliarden Aufrufe erzielt. Das Erfolgsgeheimnis: Die YouTuber konnten durch ihre Beziehungen zu ihren Fans ihr Publikum inspirieren, Spender und Unterstützer von Team Trees zu werden. „Ich bin begeistert, ein Teil davon zu sein!“, ist das Credo, das alle verbindet – von der Schülerin bis hin zu Unternehmern wie Tesla-Kopf Elon Musk und Twitter-CEO Jack Dorsey. Die Spenden gingen an die Arbor Day Foundation, eine Naturschutzorganisation, die sich verpflichtete, für jeden gespendeten US-Dollar einen Baum zu pflanzen. Und auch das spektakulär: man testet Drohnen dafür.

Junge Menschen wollen also Gutes tun und dabei gut unterhalten werden? Mag sein, greift aber oft zu kurz. Fakt ist, dass es ihnen wichtig ist, etwas zu unterstützen, das sie sinnvoll finden – und *edgy*! Natur- und Klimaschutz liegen dabei vorn. Die Gesellschaft für Innovative Marktforschung in Heidelberg hat in ihrer GIM-Studie herausgestellt, dass die Werte der Jungen hedonistisch-sozial und auch materialistisch ausgeprägt sind. Ihr Werteprofil unterscheidet sich damit sehr klar von den Generationen X und Boomer, die deutlich postmaterialistischer und traditioneller sind. Das muss kein Widerspruch sein. Interessant ist es, weil die Generation Z ein Miteinander und nicht ein Gegeneinander anstrebt.

So rebellieren sie auch nicht gegen die Alten, sondern wollen diese wachrütteln. Man will die Älteren auf Missstände aufmerksam machen, die Eltern sollen diese dann entsprechend den Vorstellungen der Jüngeren regeln: Räumt euren Müll weg, den ihr auf unsere Erde gekippt habt! Die Eltern haben ihre Kinder zur Selbstbestimmtheit erzogen. Die Jungen sind es gewohnt, von Anfang an bei allen Entscheidungen ernst genommen zu werden – vom Urlaubsziel bis zur Auswahl des Familien-Autos. Nun treten diese als junge Erwachsene auf den Plan und machen klare Ansagen. Dem YouTuber Rezo wird anerkennend nachgesagt, mit seinem „CDU-Zerstörungsvideo“ unabsichtlich die Europawahl 2019 beeinflusst zu haben. Die Fridays-for-Future-Demos haben das Thema Klimawandel massiv ins öffentliche Bewusstsein gerückt.

> Freizeit im Freundeskreis zu verbringen, hat einen extrem hohen Stellenwert. Anders als die Älteren, die ihre Freizeit mit der Familie verbringen.
>
> (VuMA-Touchpoints-Monitor)

Reicht das? Die Jungen wollen Respekt. Nicht für ihre Jugend wie die Älteren fürs Altsein. Sie wollen Respekt für Leistung, gerade trotz ihrer Jugend. Wer gute Projekte stemmt, will Anerkennung. Wer fundierte Argumente hat, will komplett angehört, statt von der Boomer-Presse auf Schlagzeilen reduziert und von alten weißen Männern belächelt zu werden. Sowas fuckt übelst ab – würde Laura, 17, sagen.

Spende lieber ungewöhnlich

Erfolgreiche Konzepte, die junge Generationen für Engagement begeistern

Wir alle kennen die unbequemen Fakten: Das Spendenvolumen in Deutschland geht zurück und die Spenderbasis schrumpft. 2019 waren laut dem Deutschen Spendenrat 41 Prozent aller Spender über 70 Jahre alt. Lautet die einfache Erklärung für diese besorgniserregenden Zahlen, dass bei den jüngeren Generationen keine Spendenbereitschaft besteht? Oder wird vielleicht nur allzu häufig versucht, die jungen Fische mit längst vertrockneten Ködern zu locken?

Von JULE WERNHARD

Die aktuellen Bewegungen im Kampf gegen den Klimawandel zeigen deutlich, dass auch die Altersgruppen weit unter 70 die Augen vor den Missständen der Welt nicht verschließen. Im Gegenteil: Bereits im Teenager-Alter zeigen derzeit Millionen Schüler, dass sie die aktuellen Entwicklungen nicht einfach hinnehmen, sondern etwas verändern wollen. Umso wichtiger ist es zu verstehen, warum trotz Tatendrang die Spendenbereitschaft nach unten so sehr ausdünnt. Obwohl die Antwort auf der Hand zu liegen scheint, müssen wir uns die Frage stellen:

Was unterscheidet die engagierte 16-Jährige von der engagierten 70-Jährigen?

Die eine freut sich, wenn sie per Post die Bestätigung erhält, dass ihre durchschnittlich drei Spenden pro Jahr der Organisation ihrer Wahl dabei helfen, ein ehrenwertes Ziel zu verfolgen. Die andere übersieht Papierkram wie Briefsendungen gekonnt, während sie mit dem Blick auf ihr Smartphone gerichtet über die App Tiktok verfolgt, wie Greta Thunberg den Politikern dieser Welt einheizt. Sie will live miterleben, was sich durch ihren Einsatz ändert. Sie will nicht darauf vertrauen, dass eine Organisation ohne Gesicht ihr leere Versprechungen macht.

Ihr Herz gewinnen wird nicht die Organisation mit den berührendsten Werbemitteln, sondern die, zu der sie sich zugehörig fühlen will. Um diesen Willen zu wecken, müssen die richtigen Anreize gesetzt werden. Dafür braucht es attraktive Möglichkeiten, sich einzubringen, Glaubwürdigkeit und einen Gegenwert, der nach ihrem Empfinden im Verhältnis zu ihrem Einsatz steht.

Viele internationale Organisationen – und auch wenige deutsche – haben diesen Sin-

neswandel verstanden. Sie schaffen neben den klassischen Werbemitteln neue Möglichkeiten für unterschiedliche Zielgruppen, damit sich diese ganz nach ihren Vorstellungen für den guten Zweck einsetzen können. Wie diese Ansätze aussehen können, zeigen die Erfolgsbeispiele auf dieser und den folgenden Seiten.

So erreichen Sie die engagierte 16-Jährige

Vier zentrale Erfolgsfaktoren sind in allen Beispielen erfolgreicher Spendenkonzepte zu erkennen, die sich an die jüngere Generation richten:

- **Echter Gegenwert** – sei er materiell oder ideell. Die jungen Spender erwarten für ihre Unterstützung mehr als einen Dankesbrief.
- **Geschichte mitschreiben statt nur mitverfolgen** – statt sich blind darauf zu verlassen, dass das Geld dort landet, wo es benötigt wird, brauchen die junger Spender einen glaubhaften Nachweis dafür, einen entscheidenden Beitrag geleistet zu haben.
- **Transparenz und Authentizität** – Kommunikation muss ehrlich und klar sein. Sie findet ohne Ausnahme nur da statt, wo sich der Nachwuchs tummelt.
- **Dialog und Kontaktpflege** – um begeisterte Spender langfristig zu binden, müssen sich Organisationen regelmäßig in Erinnerung bringen. Dabei sollte nur ein kleiner Anteil des Dialogs den direkten Spendenaufruf zum Thema machen. Wichtiger sind Gegenwert, Einbeziehung und die authentische Kommunikation.

Juliane Wernhard zählt sich selbst zur Generation „Hinterfrage alles!" und ist Mitgründerin der Fundraising- und Kommunikationsagentur „forGood". Als Botschafterin des Spendernachwuchses berät sie Sozialunternehmer und Non-Profits bei der digitalen Transformation ihrer Stakeholder-Kommunikation und -Akquise.
▶ jule@forgood.berlin

Mode mit Message

Emerald Berlin

Worum geht es? Das Berliner Modelabel Emerald Berlin entwickelt in Kooperation mit NPOs sogenannte Statement-Mode. Dabei handelt es sich um Shirts und Pullover, die mit einer aussagekräftigen Aufschrift oder einem aussagekräftigen Motiv bedruckt sind. Gemeinsam mit reichweitenstarken Influencern werden die einzelnen Kollektionen, die sich jeweils auf ein konkretes Thema beziehen, vorgestellt. So werden die Fans der Influencer auf Schwerpunkte wie Einsamkeit im Alter, Endometriose (Erkrankung der Gebärmutter) oder die Unterstützung von schwerst- oder sterbenskranken Kindern aufmerksam gemacht. Die Organisationen erhalten über die Influencer Aufmerksamkeit bei jungen Zielgruppen. Darüber hinaus fließt ein Teil der über die Kollektionen generierten Einnahmen als Spende an sie zurück.
Denkanstoß: Auch Emerald Berlin versteht, dass sich die jungen Spender insbesondere dann angesprochen fühlen, wenn sie einen Gegenwert erwarten können – und wenn jemand sie informiert, dem sie Vertrauen schenken. Wer heute keine Influencer in die eigenen Kommunikationsmaßnahmen integriert, begeht den gleichen Fehler wie diejenigen, die vor zehn Jahren die sozialen Medien für nicht relevant erklärt haben. Berührungsängste vor der neuen „Institution" Influencer nehmen spezialisierte Agenturen – oder auch die Werbeträger selbst, die bei durchdachten und klaren Konzepten oft durchaus gesprächsbereit sind.

Fynn Kliemann & Lebenshilfe Bremervörde

Worum geht es? Ebenfalls modebezogen, jedoch basierend auf einem anderen Ansatz, verlief eine Kampagne des YouTubers und Unternehmers Fynn Kliemann, der mit verschiedenen Videoformaten wöchentlich hunderttausende Zuschauer erreicht. Mit Tablets ausgestattet besuchte er 2018 die „Lebenshilfe Bremervörde für Menschen mit Behinderungen" und malte dort mit den betreuten Kindern unterschiedliche Motive, die direkt digitalisiert und auf Shirts sowie Pullover gedruckt wurden. Anschließend produzierte er eine limitierte Modekollektion und klärte seine Follower im Zuge der Ankündigung des Verkaufsstarts über die Arbeit der Lebenshilfe auf. Die gesamte Kollektion war nach kurzer Zeit vergriffen. Über 12 000 Euro aus den Erlösen flossen direkt an die Lebenshilfe. Von weiteren Einzelspenden aus der Fangemeinde Kliemanns ist auszugehen.
Denkanstoß: In eine glaubwürdige und gute Geschichte eingebettet, lässt sich jedes Thema auch für jüngere Zielgruppen aufbereiten. Die Bereitschaft zu geben ist da. Was es braucht, ist jemand, der die Sprache der Zielgruppe spricht und einen Wert schafft, den die jungen Spender als attraktiv genug erachten, um einem neuen Thema ihre Aufmerksamkeit zu schenken.

Inklusion Muss Laut Sein

Biete Unterhaltung, suche Begleitung

Initiator: Die 2015 gegründete Organisation „Inklusion Muss Laut Sein“, die sich als Matchmaker zwischen Menschen mit und ohne Behinderung für selbstbestimmte Teilhabe einsetzt.

Darum geht es: „Inklusion Muss Laut Sein“ vermittelt zwischen Menschen mit und ohne Behinderung, die Kulturveranstaltungen unterschiedlichster Art besuchen wollen. Das können Kunstausstellungen, Heavy-Metal-Festivals, aber auch Erotikmessen sein. Menschen mit Behinderung geben an, welches Event sie besuchen wollen. „Inklusion Muss Laut Sein“ stellt eine Verbindung zu einem von über 3700 ehrenamtlichen Helfern, den sogenannten Buddies, her. Bei inhaltlicher und menschlicher Übereinstimmung besucht das erstellte Match gemeinsam das Event.

„Heute muss man den Kontakt zum Spender halten – nahbar und transparent. Die junge Generation will am liebsten wissen, wie wir jeden einzelnen gespendeten Euro verwenden. Also kommunizieren wir unsere Finanzen offen und verständlich.“

– Ron Paustian, Geschäftsführer „Inklusion Muss Laut Sein“ –

Spendenzweck: Die Zeitspenden kommen konkret den Menschen zugute, die Unterstützung für den Besuch eines Events benötigen.

Spendensumme: Im Jahr 2019 belief sich der Wert der Zeitspenden mit über 1200 Begleitungen auf etwa 60 000 Euro. Für eine Begleitung von durchschnittlich fünf Stunden setzt die Organisation konservativ gerechnet 50 Euro an, die für eine alternative Begleitung aufgebracht werden müssten.

Wer spendet: „Jeder, einmal quer durch die Gesellschaft und zurück. Die jüngste ist 17 und der älteste 83“, so Ron Paustian, Gründer und Geschäftsführer von „Inklusion

Muss Laut Sein“. Die Heterogenität der Förderer – von persönlichen Interessen bis hin zur medizinischen und fachlichen Ausbildung – macht die Vielfalt der begleiteten Veranstaltungen erst möglich.

Warum wird gespendet: Auch bei „Inklusion Muss Laut Sein“ halten sich Zeitspende und Gegenwert die Waage: Mit der Begleitung eines Menschen, der ansonsten das Event nicht besuchen könnte, erleben die Buddies unmittelbar, wie sie ihre Zeit sinnvoll und für einen guten Zweck einsetzen. Dazu kommt die persönliche Komponente: „Inklusion Muss Laut Sein“ achtet bei der Vermittlung der Buddies nicht nur auf die regionale Nähe und geeignete Fähigkeiten, sondern vor allem auch auf persönliche Vorlieben. Somit erhalten die Buddies immer auch die Chance, kostenlos ein Event zu besuchen, das sie persönlich anspricht.

„Traurige Bilder sehen wir alle täglich genug. Wir erhalten deutlich mehr Anfragen von Ehrenamtlichen, wenn wir anhand von gelungenen Begleitungen zeigen, welchen positiven Effekt ihr Engagement haben kann.“

– Ron Paustian –

Nutzen: Auf unkonventionelle Art löst „Inklusion Muss Laut Sein“ das Problem, dass reguläre Pflegekräfte häufig nicht alle Arten von Events begleiten oder Menschen mit Behinderung die Kosten ohnehin nicht tragen könnten. Somit erhalten die Zeitspender die Chance, jemandem ein Vergnügen zu bereiten, das nur durch ihren persönlichen Einsatz ermöglicht wird. Hinzu kommt die persönliche Ebene, die bei der Auswahl der Buddies eine große Rolle spielt: Je mehr das Engagement den individuellen Interessen entspricht, desto eher entsteht die Bereitschaft, aktiv zu werden. ◘

Bank
für Sozialwirtschaft

Sicher online Spenden sammeln.

Entdecken Sie unser neues Spendenportal! Als Kunde der Bank für Sozialwirtschaft AG erhalten Sie einen kostenlosen Zugang zum BFS-Net.Tool XXL. Sie können direkt loslegen und den Eingang Ihrer Spendenströme auf Ihr Konto automatisieren. Sprechen Sie gerne direkt mit Ihrem persönlichen Kundenbetreuer oder lassen Sie sich von unseren Fundraising-Experten beraten.

Sprechen Sie mit uns. Wir haben die Lösung.
Telefon 0221 97356-0 | fundraising@sozialbank.de | www.sozialbank.de

Die Bank für Wesentliches

Games Done Quick

Videospielmarathon mit unerwartetem Potenzial

Initiator: Die Betreiber der Webseiten „Speed Demos Run“ und „Speed Demos Archive“. Dabei handelt es sich um Webseiten, auf denen sogenannte „Speedruns“ gestreamt, also im Internet übertragen werden. Speedruns, darunter versteht man das schnellstmögliche Durchspielen von Computerspielen in einem Durchlauf: Begnadete Gamer benötigen dank spezieller Tricks und Profikenntnisse nur einen Bruchteil der Zeit, die normalerweise bis zum Spielende verstreicht. Was beim ersten Lesen nach einer winzigen Nische klingen mag, trifft unter Videospiel-Enthusiasten weltweit auf großes Interesse – die Zahlen sprechen für sich.

Darum geht es: Jährlich finden zwei siebentägige Speedrun-Marathons statt, die online auf Twitch übertragen werden. Twitch ist die weltweit größte Streaming-Plattform rund um Videospiele. Entsprechend verfolgen Millionen Videospiel-Fans bei den Marathons, wie Profis sich in rasendem Tempo erfolgreich durch verschiedenste Videospiele manövrieren.

Bei jedem Marathon werden die Zuschauer dazu aufgerufen, für einen wohltätigen Zweck zu spenden. Sowohl in regelmäßigen Einblendungen als auch durch die Moderatoren wird regelmäßig daran erinnert.

Spendenzweck: Die Spenden fließen an wohltätige Organisationen, die die Veranstalter vorab bekanntgeben. Darunter „Ärzte ohne Grenzen“, CARE oder die „Prevent Cancer Foundation“.

Spendensumme: Der erste Marathon fand in diesem Jahr bereits im Januar statt. Dabei wurden insgesamt 3 135 900 US-Dollar generiert. Die durchschnittliche Spende lag bei 57 US-Dollar pro Zuschauer.

Wer spendet: 54 202 Gaming-Fans weltweit aus allen Altersklassen.

Warum wird gespendet: „Games Done Quick“ trifft mitten ins Herz einer weltweit verbreiteten Zielgruppe, die eine gemeinsame Sprache spricht. Millionen Gaming-Fans verfolgen die Marathons aufmerksam und haben ein offenes Ohr für jede Information, die die Veranstalter an ihre Zuschauer richten. Im Rahmen eines ihrer liebsten Unterhaltungsprogramme sind die Zuschauer gerne bereit, einen freien Betrag zu spenden.

Zusätzlichen Anreiz bietet die Tatsache, dass die Moderatoren der Marathons regelmäßig vor laufender Kamera vorlesen, wer aktuell spendet und welcher Kommentar zu der Spende angegeben wurde. Dieser wird – in der Hoffnung auf Erwähnung – häufig genutzt, um Freunde und Familienmitglieder zu grüßen oder Nachrichten an die Spieler und Veranstalter zu richten.

Interessant: Es gibt junge Zielgruppen mit Bedarfen und Wünschen, die von allem abweichen, was uns bekannt ist. In einer Umgebung, in der sich diese Communities wohl und verstanden fühlen, entsteht eine starke Gruppendynamik. Die Fans von „Games Done Quick“ spenden – so zeigen es die Kommentare – aus purer Überzeugung und Wertschätzung für das Event und die von den Veranstaltern ausgewählten Organisation.

KomServ
Verwaltungsgesellschaft
... Ihre Verbindung zum Mitglied

Wir machen das für Sie:
We'll do it for you:

Moderne Mitgliederverwaltung- und Pflege
Modern membership management
services and solutions

www.komserv-gmbh.de

Viva con Agua

Auf der Jagd nach Pfandbechern

Initiator: Die Hamburger NPO Viva con Agua, die sich auf unkonventionelle Art für die Umsetzung des Menschenrechts auf Wasser und Sanitärversorgung einsetzt.

Darum geht es: Die junge Organisation kombiniert soziales Engagement mit Spaß und einem guten Gefühl für ihre Zielgruppe. Freiwillige Helfer erhalten die Möglichkeit, deutschlandweit kostenlos Konzerte, Musikfestivals und Sportveranstaltungen zu besuchen. Im Gegenzug sammeln diese sogenannten „Becherjäger" während der Veranstaltungen Getränkebecher ein, deren Pfandwert von den Festivalbesuchern gespendet wird.

Spendenzweck: Die Spendenerlöse fließen in die von Viva con Agua geförderten Projekte zum Ausbau des Zugangs zu Wasser und Sanitärversorgung.

Spendensumme: Im Jahr 2018 beliefen sich laut Angaben von Viva con Agua die Spenden, die von Becherjägern auf 200 Festivals, 600 Konzerten und allen Heimspielen des FC St. Pauli generiert wurden, auf 586 000 Euro.

Wer spendet: Besucher von Musikfestivals, Konzerten und Fußballspielen.

Warum wird gespendet: Viva con Agua schafft Win-Win-Situationen, zu denen die Zielgruppen kaum nein sagen können: Die Becherjäger haben das Vergnügen, Veranstaltungen ihrer Wahl kostenlos besuchen zu können und in Kontakt mit gleichgesinnten Ehrenamtlichen zu kommen. Das lässige Image der Organisation kombiniert mit der gelösten Atmosphäre auf den Veranstaltungen sorgt zudem dafür, dass die Helfer sich keineswegs in einer Bittsteller-Position sehen. Vielmehr werden sie von anderen Besuchern für ihr Engagement gefeiert.

Gründe für die Becherspenden liegen ebenfalls auf der Hand: Niemand hat Lust auf langes Anstehen an den Getränkeständen. Die Euphorie eines gelungenen Konzerts tut ihr Übriges – neben einer guten Zeit nimmt der Besucher zusätzlich das Gefühl mit, etwas zurückgegeben zu haben.

Das können NGOs davon lernen: Das Beispiel der Becherjäger zeigt, dass sich mit der richtigen Herangehensweise die Spendenakquise mit einer besonderen Leichtigkeit verbinden lässt. Mit Leichtigkeit ist hier nicht die Aufgabe gemeint – den ganzen Tag mit Sammelbehälter und Flagge ausgestattet durch eine Festivalmeute zu steuern, ist ein Knochenjob. Aber die Unterstützer sind mit Herzblut dabei. Sie erleben zusätzlich den großen Mehrwert, Auftritte ihrer Lieblingsbands live miterleben zu dürfen und können sich mit dem äußerst positiven Image von Viva con Agua in Verbindung bringen. Durch das hohe Identifikationspotenzial mit der Organisation ist die Aktivität als Bechersammler vielen Helfern einen Post in den sozialen Medien wert. Diese sorgen nicht nur für eine Stärkung der Spenderbindung, sondern steigern auch Viva con Aguas Reichweite in ihrer Zielgruppe.

Statistisch würden nur wenige der hunderte jungen Helfer auf eine reine Geldspenden-Anfrage reagieren. Viva con Agua hat das verstanden. Sie geben jungen Menschen mit mehr frei verfügbarer Zeit als Geld die Hilfsmittel an die Hand, die es braucht, um selbst Fundraiser zu werden.

Nicht nur reden. Auch machen!

Den sozialen und ökologischen Wandel unternehmerisch anpacken

Jonathan, Johanna und Mathias sind drei Beispiele, die zeigen, wie junge Menschen heute gesellschaftliche Herausforderungen angehen: innovativ, partizipativ und auf Sinnsuche. Denn das eint die drei, die ihr eigenes Social Start-up führen. Ein sicherer Job in der Industrie ist nicht ihr Ding. Als Social Entrepreneurs geht es ihnen um echten Wandel, und den wollen sie am besten selbstständig gestalten.

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Jonathan Funke ist gerade mal 23, hat nachhaltiges Wirtschaften an der Fachhochschule Eberswalde studiert und ist Unternehmer. Allerdings nicht im klassischen Sinn. Sein Thema sind faire Löhne, und daran sollen seiner Meinung nach alle mitarbeiten. Die Idee dazu kam ihm bei einer Demo gegen Fast Fashion beim Billig-Label Primark. „Es kann doch nicht sein, dass ein T-Shirt weniger kostet als ein Kaffee!", war damals sein Gedanke und „das haben wir dann im Team gleich weitergedacht und das globale Trinkgeld entwickelt". Bei tip-me.org können Händler Waren in ihren Shops mit einer Wahlmöglichkeit für einen Zusatzbeitrag, also einem Trinkgeld, versehen, das dann direkt an die Arbeiterinnen und Arbeiter der Produzenten per Handy überwiesen und ausgezahlt wird. „Bei einem existenzsichernden Monatslohn von 150 Euro in Bangladesh sind drei Euro, die im Schnitt bereits jetzt freiwillig von den Kunden gegeben werden, eine echte Wertschätzung der Arbeit", findet er.

Fair, ökologisch und sozial

Auch Johanna Kühner setzt sich für faire Einkünfte ein, aber für Lebensmittelproduzenten und ihre Kunden. Das Team von SuperCoop Berlin (Foto oben) will in Berlin einen Supermarkt gründen, der den Kunden selbst gehört und faire Preise für ökologisch produzierte Produkte anbietet. Vorbild von SuperCoop sind kooperative Supermärkte in New York, Paris und Brüssel. Um dieses Modell zu ermöglichen, müssen die Kunden aber mit anpacken. „Wir gründen eine Genossenschaft, in der alle Mitglieder drei Stunden im Monat mitarbeiten, um faire Preise zu erzielen. Dafür profitieren sie dann auch beim Einkauf", beschreibt Johanna Kühner die Idee. Dass dies kein einfacher Weg ist, ist ihr klar. „Wir wollen zum sozial-ökologischen Wandel beitragen. Dafür wollen wir 2020 einen Prototypen starten, um die Supermarkt-Gründung vorzubereiten."

In einer ganz anderen Welt bewegt sich Mathias Born mit seinen 28 Jahren. Er arbeitete schon viele Jahre bei einer internationalen Direktbank und studierte berufsbegleitend Wirtschaftsinformatik. Seit einem Jahr nun steckt er seine Energie in eine Welt mit Sinn. „Mir fehlte einfach der Purpose im Banking und Payment", bringt er es auf den Punkt. Seine Idee: Er will mit seinem Unternehmen „payactive" die Zahlungen von Kunden an Großunternehmen vereinfachen und von den Gebühren für diese Dienste NGOs mit Kapital für ihre Ziele ausstatten. „Alle reden von Finanztransaktionssteuer! Mit uns

wird jede Zahlung zu einer Spende für eine NGO, deren Ziel der Kunde selbst festlegt", beschreibt er die Idee.

Was diese jungen Gründerinnen und Gründer eint, ist die Idee, den gesellschaftlichen Wandel mit unternehmerischen Mitteln anzugehen. „NGOs leisten tolle Arbeit, brauchen aber ständig neues Geld, das sie über Spenden mühsam einwerben", erläutert Mathias. „Wir entwickeln tragfähige Lösungen, die sich selbst finanzieren, ohne den guten Zweck aus den Augen zu lassen."

Junge Gründer suchen mehr Sinn

Auf die Frage, ob so eine Idee wie die von tip-me.org nicht etwas oberflächlich ist und nur das Gewissen der shoppenden Personen beruhigt, antwortet Jonathan souverän: „Beim globalen Trinkgeld geht es nicht darum, das Gewissen zu beruhigen, sondern es bei vielen Konsumentinnen und Konsumenten erst zu schaffen. Viele denken, ihre Klamotten werden von Maschinen gemacht. Wenn wir das Gesicht hinter dem Produkt kennen, ist es viel leichter, ethisch zu konsumieren", argumentiert er. „Nur painless giving bringt auch nichts, aber wir sind quasi die Einstiegsdroge in fairen verantwortungsvollen Handel." Das Umdenken beginnt bei ihm mit dem Machen, nicht nur mit dem Demonstrieren. Sein Ziel: Weltweit soll jeder von seiner Arbeit leben können. Wohl auch deshalb wurde seine Lösung gerade von Fairtrade für einen Preis vorgeschlagen.

Doch ist das wirtschaftlich wirklich tragfähig? Sophia Kiefl ist Projektmanagerin für Social Entrepreneurship und Teambegleitung im Impact Hub in Dresden. Das Impact Hub Dresden gehört zum weltweit über 100 Zentren umfassenden Netzwerk, in denen Organisationen arbeiten, die sich den SDGs, also den Nachhaltigkeitszielen der UN verpflichtet fühlen. „Unsere Gründerinnen und Gründer sind zwischen 23 und 37 Jahre alt und sehr reflektierte Personen, die sich mit vielen Themen und Herausforderungen unserer Zeit beschäftigen. Insbesondere mit der Frage, welche Konsequenzen … ▶

tip-me.org

Die Gründer von tip-me.org, Jonathan Funke, Helen Deacon und Robin Collin (v.l.n.r.), wollen das globale Trinkgeld etablieren.

Ein paar Schuhe kaufen und ein Trinkgeld geben, wie im Café. Das ist verkürzt die Idee von tip-me.org. Das Geld wird dann nicht an den Händler, sondern direkt an die Mitarbeiter der Hersteller per SMS-Transaktion überwiesen. Dazu müssen die Unternehmen aber saubere Lieferketten haben, und die Mitarbeiter müssen von tip.me.org registriert werden. Aufwendig, aber für die Kunden eine sehr sinnhafte Erfahrung und nachvollziehbar. Zwischen 30 und 60 Prozent der Kunden geben im Schnitt drei Euro für die Menschen, die diese Produkte produzieren.

▶ www.tip-me.org

Socialcoop

Das Thema faire Preise ist gerade erst stark diskutiert worden. Das Team von SuperCoop will das leisten, indem es dem Handel seine Macht nimmt und kooperativ mit Händlern und Produzenten zusammenarbeitet. Kunden werden Mitglied der Genossenschaft, arbeiten ehrenamtlich mit und profitieren durch günstige Preise für regionale und ökologische Produkte. Produzenten erhalten für ihre Waren trotzdem faire Preise. Investoren, die Gewinne einfordern und so die Preise verderben, bleiben draußen. Dafür wurden in einem Crowdfunding bereits 17 000 Euro gesammelt und 500 Interessenten gewonnen.

▶ www.supercoop.de

payactive

Mathias Born (Circle Lead Entrepreneurship und Gründer) ist der Ideengeber und bringt das Know-how aus den Bereichen Banking, Payment und Digital-Platform-Development mit.

Die Idee von „payactive" ist, digitale Zahlungsmöglichkeiten zu vereinfachen. So zahlen viel Kunden bei ihrem Energieversorger beispielsweise noch per Lastschrift. Ist das Konto kurzfristig nicht gedeckt, entstehen Zahlungsausfälle und Rücklastschriften, die den Kunden meist sehr verärgern. „payactive" bietet diesen Kunden an, den Zahlungszeitpunkt automatisch an das Kontovolumen anzupassen und so immer im grünen Bereich zu sein. Das hilft den Unternehmen, aber auch den Kunden. Die Firmen zahlen dafür eine Gebühr, und „payactive" will davon einen großen Teil an NGOs als Spenden weitergeben, welche die Kunden auch selbst aussuchen können. Denkbar ist auch eine Zusammenarbeit mit Plattformen wie „startnext" oder „betterplace".

▶ **www.payactive.de**

CityTree

„Unsere Vision ist eine Welt, in der Menschen in Städten gesund leben können. Wir möchten Lebensbedingungen schaffen, die es allen Menschen weltweit ermöglichen, dauerhaft sauberere Luft zu atmen", so schreiben Peter Sänger und Liang Wu, die Gründer von „greensolutions" auf ihrer Website. Ihre Erfindung, der CityTree, ist ein neuartiges Stadtmöbel aus Moos, das als biologischer Luftfilter für Staub und Abrieb sogar effektiver als ein Naturbaum arbeitet. Flexibel lässt sich der CityTree an die spezifischen Bedürfnisse von Städten, Unternehmen und der Immobilienwirtschaft anpassen. Der Mehrwert ist immer derselbe: eine deutliche Verbesserung der Lebensqualität.

▶ **https://greencitysolutions.de**

▶ ... unser wirtschaftliches Handeln für die Gesellschaft hat. Wirtschaft wird hier neu gedacht: Es werden Lösungen für gesellschaftliche Herausforderungen entwickelt, die den Gewinn für die Gemeinschaft und nicht für den Einzelnen als Ziel haben. Eine Sinn- statt Gewinnorientierung wird gelebt!"

NGOs und Stiftungen als Partner

Doch ehe die Ideen wirklich Früchte tragen – das dauert. Mathias beispielsweise hält sich seit einem Jahr mit privater Unterstützung über Wasser, und auch Jonathan und Johanna verdienen ihr Geld noch woanders, um über die Runden zu kommen. An der Stelle würde sich Sophia noch mehr Unterstützung wünschen. Große Unternehmen wie Samsung haben das schon erkannt und eigene Inkubatoren gegründet, in denen junge Leute Ideen entwickeln und gemeinsam mit den Unternehmen marktreif machen können. NGOs und Stiftungen seien da eher noch zurückhaltend, meint Sophia. „Dabei sind sie meist zu langsam, um selbst solche kreativen Ideen zu entwickeln." Für Jonathan ist es die Flexibilität, die für die Start-ups spricht: „Als Social Start-up habe ich viel mehr Spielraum und kann neue Ideen effizienter verfolgen."

Auch Sophia denkt, dass man hier noch stärker kooperieren sollte. „NGOs und Social Enterprises arbeiten am gesellschaftlichen Wandel, aber mit unterschiedlichen Herangehensweisen. Gerade bei der Ideenentwicklung für soziale Themen ist die unternehmerisch-lösungsorientierte Perspektive sehr wertvoll. Im Austausch zwischen NGO und Social Enterprises ist allerdings noch viel Luft nach oben." Aus ihrer Sicht auch eine Kulturfrage. „Die Start-ups arbeiten bereits sehr agil, ohne Büros in Coworking Spaces und sind nicht hierarchisch, sondern teamorientiert strukturiert, um alle Talente auch zu nutzen. „Wir müssen da Vorurteile und Konkurrenzdenken ablegen", ist sie sich sicher. Schließlich verfolgen NGOs und Social Start-ups ähnliche Ziele auf verschiedenen Wegen. ◘

TeleDIALOG hilft Ziele zu erreichen.

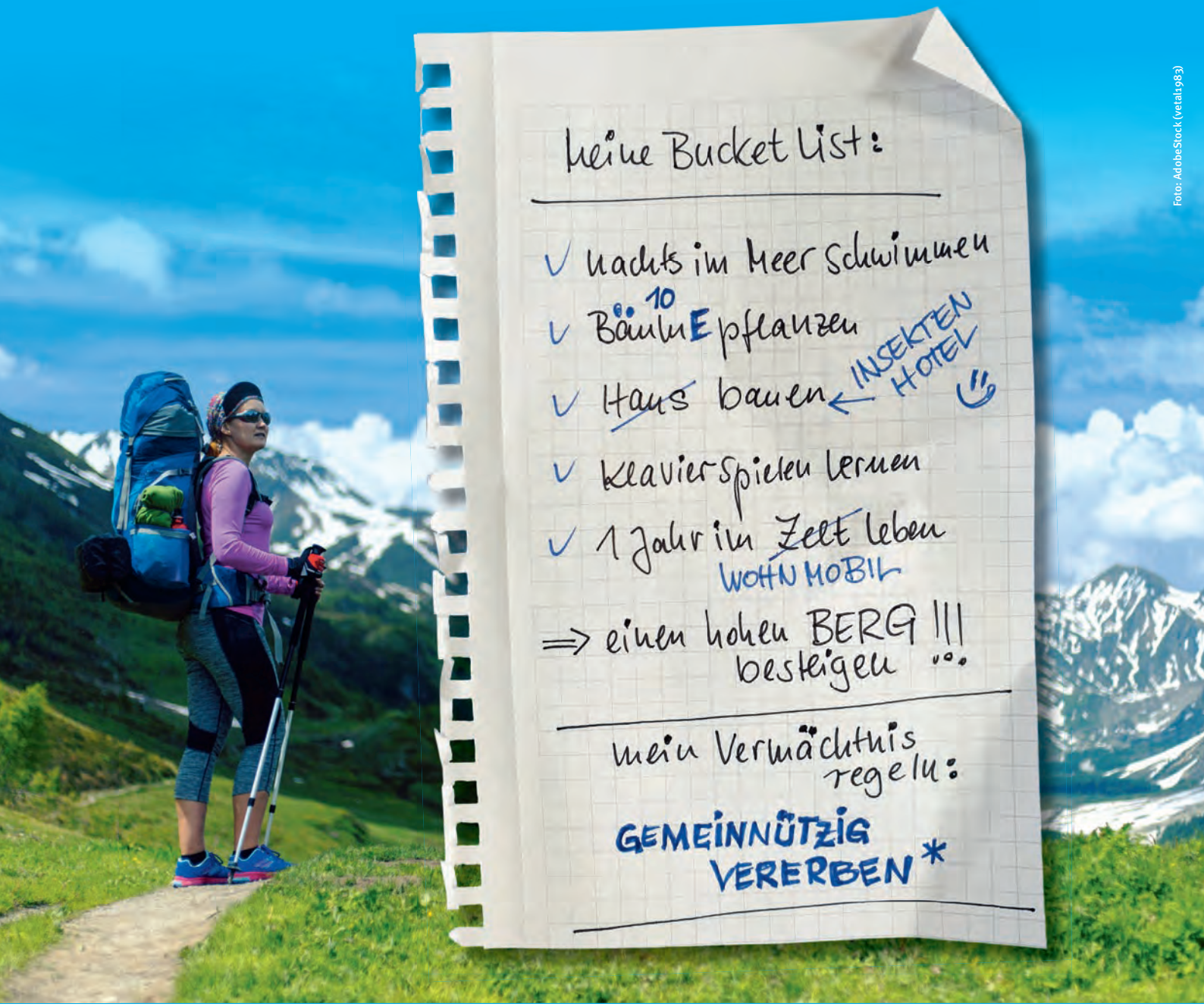


Foto: AdobeStock (vetal1983)

* *Dabei können wir helfen: im telefonischen Dialog mit Ihren Interessenten. Als erfahrene Spezialisten für Telefon-Fundraising sorgen wir seit 20 Jahren für wertvolle Kontakte zu Förderern und Spendern. Eine direkte und dauerhafte (Ver-)Bindung, die sich auszahlt! Rufen Sie uns an und erfahren Sie, wie wir für unsere aktuellen Kunden erfolgreich und beschwerdefrei Spenderinnen und Spender für weitere Schritte im Nachlass-Fundraising qualifizieren.*

TeleDIALOG
Telefon-Fundraising

www.teledialog.com

Eines Tages im April 2020 …

Im Archiv gefunden: Wie wir vor zwölf Jahren dachten, heute zu arbeiten

Im Frühjahr 2008 blickte die Redaktion des Fundraiser-Magazins für ihre Leserinnen und Leser in die Ferne. Unter dem Titel „Sozial-Marketing in der Zukunft: Fakten, Trends, Visionen" wagten verschiedene Autoren den Blick nach ganz weit vorn, auch in das Jahr 2020. Was davon ist heute Realität? Vergleichen Sie selbst!

Von Dr. KAI FISCHER

Versetzen wir uns in das Jahr 2020. Es ist Anfang April. Die Sonne wirft ihre ersten Strahlen durch den Vorhang. Ein schöner Tag mit strahlend blauem Himmel kündigt sich an. Sie freuen sich auf den neuen, schönen Tag und springen aus dem Bett. Nach Ihrer Morgentoilette nehmen Sie sich Ihren Kaffee aus der Maschine und setzen sich mit dem Frühstück an Ihren Glastisch.

Dieser verändert mit dem Setzen seine Oberfläche. War er anfangs milchig und trüb, wird er nun glänzend. Auf der Oberfläche erscheinen eine Reihe von Objekten, darauf wartend, von Ihnen mit einem kleinen Fingertipp ausgewählt zu werden.

Während Ihnen Ihr Frühstück schmeckt, lassen Sie sich die aktuellen Nachrichten anzeigen. Was gibt es heute Neues? Da kündigt sich schon wieder ein Spendenskandal an. Fehlende Transparenz einer großen Non-Profit-Organisation und die Journalisten fangen an, alle Steine umzudrehen. Neben dem Artikel klicken Sie kurz auf den Button der ARD. Jetzt wird der letzte Beitrag aus der Magazin-Sendung gestern Abend abgespielt. Sie sehen mit eigenen Augen, wie sich Vorstand und Geschäftsführung winden, und denken: Schlechte Kommunikation mit der Öffentlichkeit. Am Ende des Beitrags werden Ihnen aktuelle Ergänzungen angeboten. Sie verzichten, Sie haben genug gesehen. Insgeheim sind Sie an diesem schönen Tag froh, dass Ihnen das nicht mehr passieren kann. Seit fast zehn Jahren stehen alle Finanzdaten auf der Website. Wer Interesse hat, kann sich alle Buchungen quasi live anschauen. Auch Auswertungen, Prüfberichte und das Controlling sind online. Was haben Sie auch zu verbergen? Über jeden Euro Spendengeld legen Sie selbstbewusst Rechenschaft ab.

Team-Arbeit per Videokonferenz

Aus den Auswertungen Ihrer Website wissen Sie, dass gar nicht mal so wenige Menschen auf diese Seiten klicken. Aber natürlich machen sich nur die wenigsten die Mühe, die Zahlen auch tatsächlich zu studieren. Diese Möglichkeit reicht vielen aus. Schade, denn Kontrolle ist manchmal eine gute Voraussetzung für Vertrauen.

Während Sie so Ihren Gedanken nachhängen, meldet der Button vor Ihnen auf dem Tisch, dass sich Ihre Kollegen mit der Videokonferenz melden. Noch einen Schluck aus der Kaffee-Tasse und Sie nehmen den Ruf an. Sofort bauen sich auf Ihrem Tisch die Gesichter von drei Kollegen auf.

Die nächsten zwei Stunden wird intensiv gearbeitet. Gemeinsam besprechen Sie die nächsten Fundraising-Aktivitäten. Eine wichtige Rolle spielt dabei natürlich die Frage, wie Sie mit der aktuellen Situation umgehen und wie Sie Ihre Förderer, Unterstützer und Interessenten informieren sollten. Gemeinsam entwickeln Sie die Idee für einen aktuellen Newsletter, der am Nachmittag herausgehen soll. Während Sie den Text verfassen, wählen Ihre Kollegen die Bilder aus. Die Kollegin bereitet schon mal den Verteiler vor. Aus den Einzelteilen wird sie den Newsletter erstellen und herausschicken.

Nach der Konferenz sehen Sie auf Ihrem Tisch die Liste mit den eingegangenen Anrufen. Sie hören sie aus dem digitalen Anrufbeantworter im Netzwerk ab. Zu jedem Anruf können Sie auf Ihrem Tisch aktuelle Informationen abrufen. Dabei greifen Sie nicht nur auf Ihre Daten zurück, sondern nutzen auch die Informationen aus dem Internet: Xing, Facebook und andere Seiten sind nützlich und werden mit dem Aufrufen des Datensatzes aktuell ausgewertet. So sind Sie immer auf dem neuesten Stand und können schnell reagieren.

Auch der Rückruf ist einfach. Sie tippen auf den Tisch und die Verbindung wird hergestellt. Ihr Computersystem sucht automatisch den direkten Weg. Am anderen Ende

wird auch ein Computer erreicht, der wie ein Telefon, ein Handy oder eben wie ein Tisch aussehen kann.

Schöne, neue, digitale Welt?

Sieht so die schöne, neue Welt aus? Vernetzte Computersysteme, Oberflächen, die wie Tapeten, Fernseher, Tische oder Handys aussehen? Sicher ist, dass wir uns heute noch nicht vorstellen können, wie wir in zehn oder fünfzehn Jahren kommunizieren werden. Auch das Internet, welches für viele von uns heute schon allgegenwärtig ist, ist in der uns bekannten Form knapp fünfzehn Jahre alt. Vor fünfzehn Jahren hat niemand wissen können, welche rasante Entwicklung unsere Kommunikation durchmacht und wie sich unsere Art zu kommunizieren und Geschäfte zu tätigen, verändern wird.

Deshalb ist der oben beschriebene Tag auch keine Vision, sondern heute schon Realität. Alle Techniken und Möglichkeiten bestehen schon heute und werden bereits genutzt. Computer werden immer kleiner und leistungsfähiger, deshalb müssen Computer auch nicht mehr zwangsläufig wie Blechkisten aussehen. Die Oberflächen der Monitore verändern sich. Der beschriebene Tisch ist schon entwickelt und vorgestellt worden. Es gibt keinen Grund, warum ein Monitor wie ein Monitor aussehen und auf einem Tisch stehen sollte.

Auch die Medien werden miteinander verbunden. Sobald alle Informationen digital vorliegen – und wir haben diesen Punkt so gut wie erreicht –, reicht ein Kabel oder eine Funkverbindung, um die Daten zu übertragen. Damit stehen dann nicht nur alle Informationen überall auf der Welt zur Verfügung. Auch der Wechsel von einem Medium zum nächsten ist nicht mehr als ein Klick und die Nutzung der entsprechenden Ausgabe-Form.

Aber wird deshalb alles online stattfinden? Sind wir alle nur noch über Kabel miteinander verbunden? Sicherlich nicht. Das Internet erleichtert uns die Kommunikation mit Menschen, die weit entfernt sind. Die Arbeit ändert sich, wenn man nicht mehr in demselben Büro sitzen muss, um zusammenzuarbeiten. Fahrtzeiten werden minimiert und vielleicht lässt sich die Arbeit auch viel besser in das eigene Leben integrieren. Aber wir werden immer auch mit anderen Menschen leben und gemeinsam mit ihnen etwas erleben wollen. Alle Erfahrungen aus fünfzehn Jahren Internet zeigen, dass Technik menschliches Zusammensein nicht ersetzen kann und alle virtuellen Arbeitsgruppen dahin tendieren, sich irgendwann auch live sehen zu wollen.

Fundraising 2020

Und wie ändert sich das Fundraising? Es wird mit Sicherheit kommunikativer. Aber Fundraising ist nach wie vor die Aufgabe, Menschen für ein Anliegen zu begeistern und sie als Unterstützer und Förderer zu gewinnen. Damit dies gelingen kann, müssen Energien fließen und Vertrauen aufgebaut werden. Transparenz und Teilhabe, Dank und Wertschätzung sowie Einbindung in die Arbeit und die Rückmeldung der Erfolge werden auch in fünfzehn Jahren die wichtigsten Aspekte Ihrer Arbeit sein. Wie Sie diese Arbeit machen, welche Techniken Sie einsetzen, wird sich ändern, aber nicht die Aufgabe selbst.

Wichtig ist: Nicht Technik und deren Einsatz entscheidet über Ihren Erfolg. Dieser liegt in Ihrer Arbeit, der Qualität der Bindung und Ihrem Bemühen um Ihre Förderer. Technik kann den Erfolg beschleunigen und so Zeit, Kraft und Ressourcen freisetzen, die Sie für andere Aufgaben nutzen können. Je besser dabei Ihre Technik an Ihre Bedürfnisse angepasst ist, desto besser wird Ihre Arbeit und desto mehr können Sie erreichen. Hier liegen der Schlüssel zum Erfolg und die Basis für die Nutzung der neuesten Technik. ◘

Der promovierte Soziologe und Non-Profit-Manager **Kai Fischer** gründete 2012 die Beratungsagentur „Mission Based Consulting" und hat in seinem 2015 erschienenen Buch veraten, „Warum Menschen spenden". Zwei seiner vielen Beratungsfelder sind Online-Fundraising und Kapitalkampagnen.
▶ **www.mission-based.de**

Stiftungen und FundraiserInnen im konstruktiven Dialog

Stiftungsfundraising hat in den letzten Jahren für die meisten FundraiserInnen an Bedeutung gewonnen. Swissfoundations, der Verband der Förderstiftungen in der Schweiz, und Swissfundraising vertiefen deshalb seit einiger Zeit den institutionellen Dialog. Nun bot der erstmals erschienene «Swiss Grantee Review Report» Anlass für ein Treffen und Gespräch zwischen StiftungsvertreterInnen und FundraiserInnen auf «Augenhöhe».

Von **ROGER TINNER**

Treffen zwischen VertreterInnen von Stiftungen und FundraiserInnen auf «Augenhöhe»: Präsentation des Swiss Grantee Review Reports. *Foto: tr*

«Nachhaltig beeindruckt hat mich der lebhafte und konstruktive Dialog am Holztisch, der gegenseitiges Verständnis und damit den Boden für eine gute Zusammenarbeit schafft», zieht Swissfundraising-Präsidentin Sibylle Spengler ein positives Fazit zum Treffen Ende Januar. Beide Verbände waren mit den PräsidentInnen und je einem guten Dutzend VertreterInnen dabei – auf Swissfundraising-Seite waren dies insbesondere Berufsregister-Mitglieder, also besonders erfahrene FundraiserInnen.

Einblick in Grantee Review Report

Die Eingeladenen erhielten exklusiv bereits kurz vor der offiziellen Publikation Einblick in die Resultate des «Swiss Grantee Review» (vgl. Kasten), dessen erstmaliges Erscheinen von allen Seiten begrüsst wurde. Andreas Cueni, selbständiger Fundraiser mit Fachgebiet Förderstiftungen, etwa bilanziert: «Besonders bemerkenswert ist, dass die Studie praktische Konsequenzen zeigt und dass Stiftungen mit ihrer Hilfe Massnahmen realisieren oder über solche nachdenken». Bei der Diskussion in gemischten Kleingruppen standen zunächst Fragen der Kommunikation zwischen Förderstiftungen und den Gesuch stellenden NPO im Vordergrund, zumal der Report selbst deren Bedeutung betont: Wann und in welcher Form ist der persönliche Kontakt zwischen GesuchstellerIn und Stiftung angebracht? Für Dorothea Bergler, Head Corporate Partnership beim Schweizerischen Roten Kreuz (SRK), war dies denn auch der «grosse Augenöffner, dass der Schlüssel für erfolgreiche Förderung in persönlichen Beziehungen liegt». Dies hat aus ihrer Sicht Konsequenzen für antragstellende Organisationen.

Friederike Küchlin, Leiterin Philanthropie und Partnerschaften bei Stiftung SOS-Kinderdorf Schweiz, hat bei den Studienergebnissen überrascht, wie wenig die Antragstellenden die Informationsangebote von Stiftungen nutzen. Hier sieht sie, die auch eine Swissfundraising-Fachgruppe zu Stiftungsfundraising leitet, Handlungsbedarf: «Auf Seiten der Stiftungen transparent und aussagekräftig zu kommunizieren, was (nicht) gefördert wird. Auf Seiten der Antragstellenden muss das bestehende Angebot aber auch seriös und mit mehr Sorgfalt genutzt werden! Sonst laufen unsere Bitten und Rufe nach mehr Transparenz ins Leere».

Aufwand bei Eingaben lohnt sich

Ebenfalls ausführlich diskutiert wurde die Frage des Aufwands für Gesuche auf beiden Seiten. Sibylle Spengler etwa zeigt sich überrascht von einem Resultat: «Stiftungen wenden durchschnittlich doppelt so viel Zeit auf für die Prüfung eines Gesuches als die Gesuchstellenden für dessen Erstellung». Dorothea Bergler fand es interessant, «dass erfolgreiche Gesuchsteller deutlich mehr Zeit in den Antrag investiert haben als die nicht berücksichtigten Antragsteller». Und auch Marc-André Pradervand, erfahrener Fundraising-Berater, sieht das als wichtige

Erkenntnis: «Die Studie zeigt, dass sich für FundraiserInnen ein höherer Aufwand bei der Erstellung von Stiftungsgesuchen auszahlt. Das heisst, seriöse Abklärungen und massgeschneiderte Ansprache anstelle von Massenversänden, die bei den Förderstiftungen in der Regel nicht gut ankommen».

Insgesamt loben die FundraiserInnen den Report («Ein erfreulicher Markstein») und den damit nun definitiv lancierten Dialog zwischen den Verbänden sehr. Swissfundraising-Präsidentin Sibylle Spengler hält fest: «Den institutionellen Austausch zwischen Swissfoundations und Swissfundraising erachte ich sowohl für die Organisationen als auch deren Mitglieder als grosses Plus – denn Vernetzung ist die Grundlage für Innovation und Entwicklung». Und so wird der Dialog bereits am Stiftungssymposium von Swissfoundations am 14. und 15. Mai in Basel wieder aufgenommen und fortgesetzt, mit einem gemeinsam angebotenen Workshop unter dem Titel «Gemeinsam mehr erreichen – was können Stiftungen und FörderpartnerInnen voneinander lernen?»

Persönliche Kommunikation entscheidend

Die vom Center for Philanthropy Studies der Universität Basel (CEPS) im Auftrag von Swissfoundations und Stiftung Mercator Schweiz publizierte Studie wertet Antworten von 416 geförderten und 252 abgelehnten AntragstellerInnen aus. Die DestinatärInnen bewerten die Zusammenarbeit mit den Förderorganisationen als sehr positiv und transparent. Die persönliche Kommunikation wird von beiden Seiten als wichtig und entscheidend für eine erfolgreiche Förderung wahrgenommen und von 97% der DestinatärInnen entsprechend positiv bis sehr positiv bewertet. Der Aufwand für die Erstellung des Gesuchs sowie die Berichterstattung wird grösstenteils als angemessen betrachtet. Auffallend ist, dass erfolgreiche Organisationen mit durchschnittlich 63 Stunden doppelt so viele Stunden in die Erarbeitung eines Gesuchs investieren als abgelehnte.

Die geförderten PartnerInnen beurteilen das Verständnis und den Einfluss der Stiftungen auf ihre jeweiligen Themenbereiche als hoch bis sehr hoch. Ebenso hat in knapp der Hälfte der Fälle die finanzielle Unterstützung durch die Stiftungen entscheidend zur Stabilität und Weiterentwicklung der Organisation beigetragen. Am meisten werden Förderstiftungen für innovative Projekte angefragt, wo Gelder von staatlichen Institutionen oder privaten SpenderInnen nur schwer zu gewinnen sind. Als grösste Herausforderung beurteilen die teilnehmenden DestinatärInnen den Wettbewerb unter den gesuchstellenden Organisationen selbst sowie den damit verbundenen Mangel an potenziellen Förderinstitutionen.

Den Report gibt es zum Download auf swissfundraising.org unter

▶ https://swissfundraising.org/gute-noten-fuer-schweizer-foerderstiftungen

Die Resultate des ersten «Swiss Grantee Review Report» sind auch für FundraiserInnen spannend – etwa diese Übersicht über die grössten Herausforderungen für AntragstellerInnen.

Grafik CEPS, Adaption Swissfundraising

Better Futura

Der Name ist Programm: Die „ASRA Stiftung Schweiz" bietet benachteiligten Kindern in Indien Zugang zu Bildung, beispielsweise in den Slums von Delhi. Um deren Arbeit zu unterstützen, hat die Agentur Ogilvy die Schriftart „Better Futura" entwickelt. Wer die Schrift kauft, schenkt Bildung, denn der Erlös geht an ASRA. Und der Spaß kostet gerade mal 20 Franken.

▶ www.asra.ch

Konkret helfen!

Bundesweite Datenbank für Sach-, Zeit- und Geldspenden gegründet

Die neu gegründete „Deutsche Spendendatenbank" ist eine übergreifende bundesweite Online-Datenbank für Spendenangebote von Privatpersonen und Unternehmen sowie für Spendengesuche von geprüften gemeinnützigen Spendenorganisationen. Spender und Unternehmen können kostenlos und sicher auf www.spendendatenbank.de (Apps befinden sich in Entwicklung) Sach-, Zeit- oder Geldspendenangebote inserieren und so den geprüften Spendenorganisationen nach eigenen Kriterien Spenden anbieten. Auf einer interaktiven Karte können sich Interessenten einen Eindruck über die benötigten Ressourcen der Spendenorganisationen in ihrem Umfeld machen.
NGOs können nach einer Überprüfung ihrer Gemeinnützigkeit im Gegenzug öffentlich Sach-, Zeit- und Geldspendengesuche nach ihren individuellen Suchkriterien inserieren und über ihre eigenen Kommunikationskanäle bewerben und darüber hinaus den konkreten Spendenbedarf von komplexen Organisationshierarchien und -strukturen professionell verwalten und Spendenwünsche innerhalb der Organisation abfragen. Spendenorganisationen müssen einen umfassenden und gültigen Nachweis ihrer Gemeinnützigkeit erbringen. Dabei sind ausschließlich steuerbegünstigte Körperschaften Deutschlands legitim, die gemeinnützige, mildtätige oder kirchliche Zwecke verfolgen.

▶ www.spendendatenbank.de

MEINE MEINUNG

„Ist das schon Instrumentalisierung?"

Ein Kommentar von RICO STEHFEST

In dieser Ausgabe beschäftigen wir uns mit den jüngeren Generationen und ihrem zivilgesellschaftlichen Engagement. In diesem Zusammenhang sollte man auch von einer jungen Frau namens Naomi Seibt gehört haben. Böse Zungen nennen sie schon die „Anti-Greta". Mit solchen Zuschreibungen sollte man allerdings vorsichtig sein. Fakt ist, dass die 20-jährige Münsteranerin seit einiger Zeit auf Youtube ganz offen den Klimawandel leugnet. Das wäre erst mal nicht so tragisch, wäre sie nicht offizielle Mitarbeiterin des amerikanischen Think Tanks „The Heartland Institute". Dieser „hat sich vor allem dem Abbau von Umwelt-, Gesundheits- und Klimaschutzvorschriften verschrieben", so Wikipedia. Die Lobbygruppe wird, nicht überraschend, unter anderem von Philip Morris finanziert. Die Frage ist, wie die im Internet verbreiteten Äußerungen Naomi Seibts einzuordnen sind. Wird hier eine unschuldige und vielleicht naive junge Frau instrumentalisiert? Es heißt, sie habe ihr Abitur mit der Note 1,0 abgelegt. Und sie wählt die AfD, wie sie einräumt. Sie hat auf Youtube mehr als 600 000 Follower. Sie nennt Journalisten „Spitzel". Ihre Wortwahl ist aggressiv im Unterton.
Was setzt man dem entgegen? Es reicht nicht, allein auf die Absurdität des Auftritts zu verweisen. Das zeigen eben die Follower-Zahlen. Wahrscheinlich sollten wir immer mal wieder das Internet einfach links liegen lassen und raus gehen. Dann bekommen wir hoffentlich einen klaren Kopf.

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

Kurzgefasst …

WWF mit eigener Suchmaschine

„Panda Search" ist der Name der Suchmaschine, mit der der WWF gestartet ist. Sie ist CO_2-neutral und spendet die pro Suche erzeugten Einnahmen an Naturschutzprojekte. Durch jeden Klick auf gesponsorte Links wird eine Einnahme generiert, die je nach Suchbegriff unterschiedlich hoch ausfällt. 50 Prozent kommen den Naturschutzprojekten des WWF zugute, die andere Hälfte geht in den Betrieb von „Panda Search".

▶ www.panda-search.org

Glückskette-Bilanz 2019

Die Glückskette konnte im vergangenen Jahr rund sechs Millionen Menschen in 37 Ländern in den Bereichen Nothilfe, Wiederaufbau, Kinderhilfe und Sozialhilfe unterstützen. Insgesamt wurden über CHF 29 Millionen an Spendengeldern eingesetzt. Über 17 Prozent der Spenden – rund CHF 5 Millionen – flossen in Projekte in der Schweiz, was 2019 dem höchsten pro Land eingesetzten Betrag für Hilfe entspricht.

▶ www.glueckskette.ch

6500 Euro für Sea Watch

Der Verlag Antje Kunstmann hat letzten September das Buch „Kapt*in Rakete" auf den Markt gebracht und versprochen, pro verkauftem Exemplar einen Euro an Sea Watch zu spenden. Das Ergebnis: Die Organisation zur Seenotrettung hat 6500 Euro erhalten. Das Buch erzählt, warum es manchmal richtig ist, zu helfen, auch wenn einem dadurch Ärger droht.

▶ www.kunstmann.de

Volksbank Castrop-Rauxel mit Spenden-Plattform

Auch die Volksbank von Castrop-Rauxel macht sich stark, wenn es darum geht, Vereine und gemeinnützige Vorhaben zu fördern. Auf einer Plattform können jetzt Projektförderungen von bis zu 2500 Euro erbeten werden. Zwei Mal jährlich entscheidet eine Jury, wer Geld bekommt. So sollen jährlich 330 000 Euro in der Region verteilt werden. Für höhere Beträge gibt es eine Crowdfunding-Plattform.

▶ www.dovoba.de/mitglieder-foerderaktion

Relaunch der Datenbank zum Non-Profit-Recht

Das Institut für Stiftungsrecht und das Recht der Non-Profit-Organisationen hat in Kooperation mit dem Stifterverband die umfangreiche Sammlung für Rechtsanwender und Entscheidungsträger im Non-Profit-Recht einem technischen Update unterzogen. Im Mittelpunkt stehen dabei das Vereins- und Stiftungsrecht sowie das steuerliche Gemeinnützigkeitsrecht.

▶ www.tertiusonline.de

Dörfer mit Zukunft

Digitale Nachbarschaften sollen dem ländlichen Raum helfen

Die Diakonie Deutschland hat gemeinsam mit der Nachbarschaftsplattform nebenan.de ein Projekt im ländlichen Raum initiiert. „Ziel ist ein digitaler Dorfplatz als Chance für mehr Teilhabe von Dorfbewohnern am öffentlichen Leben. Das Projekt erprobt, ob und wie sich das soziale Miteinander in ländlichen Räumen durch neue digitale Möglichkeiten ergänzen und verbessern lässt. Dreh- und Angelpunkt bleiben die persönliche Begegnung, die nachbarschaftliche Unterstützung und das ehrenamtliche Engagement, die durch die Plattform erleichtert und gefördert werden", so Maria Loheide, Vorstand Sozialpolitik der Diakonie Deutschland. Im Rahmen von „Dörfer mit Zukunft" werden fünf kirchlich-diakonische Einrichtungen mit Unterstützung des Nachbarschaftsnetzwerkes nebenan.de individuelle digitale Nachbarschaften für ihre Gemeinde aufbauen. Innerhalb dieser Nachbarschaften können sich alle Dorfbewohnerinnen und Dorfbewohner digital vernetzen. Die digitale Vernetzung soll den persönlichen Austausch initiieren und fördern.

▶ www.diakonie-kennenlernen.de/doerfer-mit-zukunft

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

Ozeankrise – sechs von sieben Schildkrötenarten sind vom Aussterben bedroht. Und wer ist schuld? Klar. Deshalb hatGreenpeace in Großbritannien gemeinsam mit den Machern von „Wallace & Gromit“ (Aardman Animations) einen possierlichen Clip kreiert, der zeigt, wie so gar nicht lustig das Leben der Schildkröten ist. Zusätzlich können Unterstützer eine Petition unterzeichnen, die sich für ein globales Netzwerk von Meeresschutzgebieten starkmacht.

▶ http://www.greenpeace.org/turtlejourney

* Die Gesellschaft der Freunde des Dessau-Wörlitzer Gartenreiches e.V. setzt bei der Finanzierung der Sanierung des Eichenkranzes auch auf den Spendenstein.

Diese Spendenquittung hat Gewicht.

Mit einem Spendenstein setzen Sie Ihren Spendern und Sponsoren ein Denkmal! Der lasergravierte personalisierte Klinker, eingelassen in eine Wand oder einen Bodenbelag, manifestiert auf lange Zeit den Einsatz und Gestaltungswillen Ihrer Unterstützer.

Spendenstein ist ein Geschäftsbereich der
Fanstein GmbH | Thomas-Müntzer-Str. 34 | 06842 Dessau-Roßlau
Fon 0340 870 16 60 | Fax 0340 870 16 61 | info@spendenstein.de

SPENDENSTEIN

Fundraising mit Mehrwert!
NEU!
www.spendenstein.de

DRK kooperiert mit Modelabel ZARA

Vergrößerung des Netzwerkes für Kleiderspenden durch die Filialen

„Ab sofort können nicht mehr getragene Kleidung, Schuhe und Accessoires in gutem Zustand in ausgewählten ZARA-Filialen in Berlin, Hamburg, Köln, München und Frankfurt/Main abgegeben werden – die Marke spielt dabei keine Rolle. Die Kleiderspende kommt entweder direkt Menschen in Not zugute oder unterstützt soziale DRK-Projekte in der Region“, sagt Nadine Haegeli, Projektverantwortliche beim DRK-Bundesverband. Dazu sind weiße Sammelboxen vom Deutschen Roten Kreuz in den jeweiligen ZARA-Filialen aufgestellt. Bis Ende 2020 soll das Programm in allen ZARA-Filialen bundesweit umgesetzt werden. Sowohl durch den Secondhand-Verkauf als auch über die Textilverwertung werden aus Kleiderspenden Geldspenden. Diese Erlöse dienen wiederum der finanziellen Unterstützung ehrenamtlicher Arbeit des DRK vor Ort.

▶ www.drk.de/zara

CBM bindet konfessionelle Leser in Kampagnen ein

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

Uganda: Klinik-Mitarbeiter James Murambwe (r.) kontrolliert den Behandlungserfolg bei Babiwemba Lwiza (70). Eine Augenoperation bewahrte sie davor, durch Trachom zu erblinden.

Das Einwerben von Spenden wird immer schwieriger und gute zielgruppengerechte Plattformen sind rar. Entgegen dem Markttrend konnte die Christoffel-Blindenmission (CBM) im vergangenen Jahr dennoch erneut ein Wachstum von rund fünf Prozent erzielen und somit das eigentliche Organisationsziel erfüllen, noch mehr Projekte für Menschen mit Behinderung in den ärmsten Ländern dieser Erde zu finanzieren. Hierfür möchte die CBM – neben der Erweiterung und Diversifizierung von Fundraising Maßnahmen zur Verbreiterung der Unterstützerbasis und Neuspendergewinnung – dringend mit ihren bestehenden, treuen Spenderzielgruppen im Dialog bleiben. Das klassische Direktmarketing bleibt dabei der wichtigste Fundraising Kanal.

Die Einnahmen im Stiftungsbereich und im Bereich Großspender- und Legate-Fundraising wuchsen aber ebenfalls, da die CBM ihre Zielgruppen verstärkt auf speziellen Veranstaltungen und über Fachmedien anspricht. Zunehmend nutzt die CBM auch die Möglichkeiten im Bereich digitale Kommunikation für Spendenaufrufe an ihre Unterstützer/innen. Als christliche Organisation steht die CBM traditionell im engen Dialog mit konfessionellen Lesern. Schon seit Jahren kooperiert die CBM daher erfolgreich mit der KONPRESS Medien eG.

In den kirchlichen Zeitungen, die über die KONPRESS angeboten werden, schaltet die CBM regelmäßig Beilagen und erreicht zielgenau die für die Organisation so wichtige Zielgruppe der konfessionellen Leserinnen und Leser. Die CBM-Spendenaufrufe in den verschiedenen Kirchenzeitungen erfolgen allerdings nicht nur zu den christlichen Feiertagen wie Ostern und Weihnachten sondern auch unterjährig. Auch für die kommenden Jahre wird die Kooperation mit den Medien der KONPRESS Medien eG ein fester Bestandteil der Marketing- und Fundraising-Aktivitäten der CBM darstellen, da die CBM hier zielgenaue und gut messbare Erfolge verzeichnet.

CBM e. V., M. Ankerstein, S. Wohmann

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

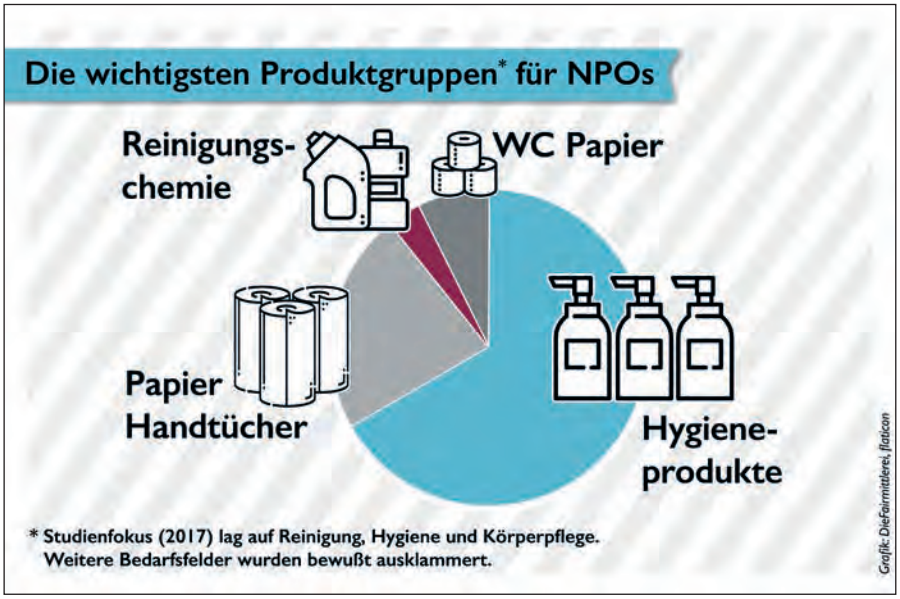
konpress
Konfessionelle Medien

Schluss mit Überschuss

Die „Fairmittlerei“ vermittelt in Österreich Sachspenden an NGOs

Für überschüssige Produktion von Konsumgütern gibt es jede Menge Gründe. Saisonale Ware, falsche Etikettierung oder Sortimentswechsel. All das landet in der Regel im Müll. Muss es aber nicht. In Österreich können Unternehmen Produkte, die nicht in den Verkauf gelangen, spenden. Dabei hilft ihnen die „Fairmittlerei“.

Von RICO STEHFEST



Es war im Jahr 2015, Michael Reiter hatte damals mehrere Jahre im Bereich Marketing/Sales für das Unternehmen Henkel gearbeitet und immer wieder beobachtet, wie teilweise größere Mengen qualitativ einwandfreier Waren wie Duschgel oder Toilettenpapier entsorgt wurden, weil beispielsweise im Sommer Toilettenpapier mit Zimtgeruch keinen Absatz findet. Als Reiter auf die deutsche gemeinnützige GmbH innatura stieß, die sich diesem Problem bereits angenommen hatte und solche Produkte für gemeinnützige Zwecke sammelt und an NGOs weitervermittelt, begeisterte ihn dieses Konzept. Als er feststellen musste, dass es Vergleichbares in Österreich bis dato nicht gab, fasste er schnell einen Entschluss. Bereits 2016 gründete er den Verein „Die Fairmittlerei“, seine Mitgründer hatte er zuvor bereits während des Studiums an der Fachhochschule Salzburg kennengelernt.

Fehlende Kontakte

Die Sachlage ist recht simpel. In Österreich können im Schnitt jährlich etwa 1600 Tonnen Artikel nur allein aus dem Bereich Drogerie vom Hersteller nicht verkauft werden. Was entsorgt wird, wird von meist sozialen Organisationen dringend und auch regelmäßig benötigt. Nur klafft zwischen beiden Seiten eine Lücke. Zum einen fehlt es in der Regel jeweils an den richtigen Kontakten. Andererseits wäre eine Vermittlung überschüssiger Waren ein nicht zu unterschätzender organisatorischer wie auch logistischer Aufwand, für den es zusätzliche Ressourcen auf Seiten der Hersteller bräuchte, die so aber kaum aufgewendet werden können. Diese Lücke ist es, die „Die Fairmittlerei“ erfolgreich besetzt hat. Vom Impact Hub in Wien aus, einem Co-Working Space für Start-ups, knüpft das engagierte Team die entscheidenden Kontakte, mittlerweile landesweit. Zu den spendenden Unternehmen zählen unter anderen Stabilo, Coca Cola und tatsächlich auch Henkel. Das Sortiment ist grundsätzlich offen, beschränkt sich jedoch auf den Non-Food-Bereich. Eine Konkurrenz zu Organisation wie „Die Tafeln“ ist eben gerade nicht der Punkt.

Fairmittlerei-Gründer Michael Reiter bei der Verleihung des Umweltpreises der Stadt Wien 2018

Der Verein übernimmt die logistische Abwicklung für die spendenden Unternehmen und sorgt für die Zwischenlagerung. Dazu wurde zu günstigen Konditionen in Traiskirchen ein Lager eingemietet. Im eigenen Online-Shop bietet „Die Fairmittlerei“ die Produkte sortiert nach Gruppen wie Hygiene, Haushalt, Möbel oder Elektronik

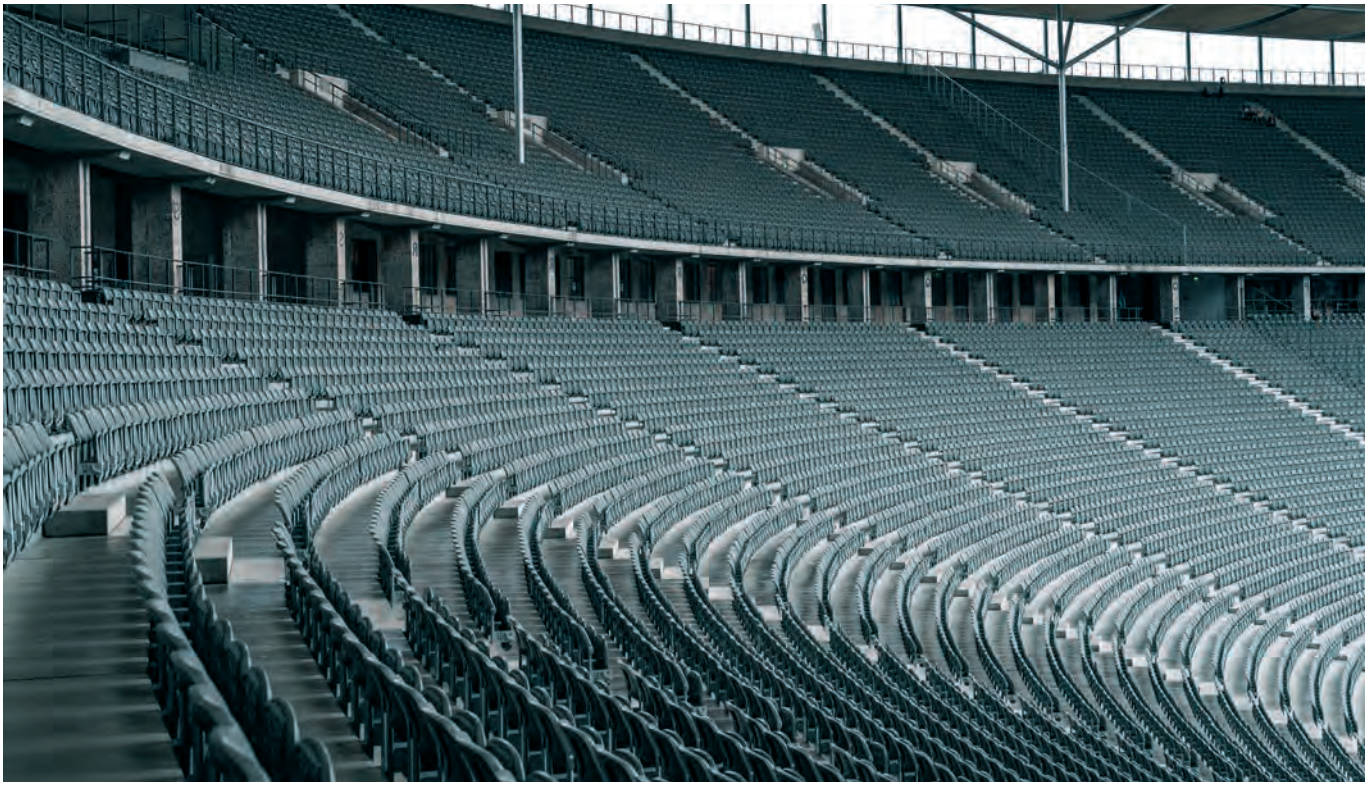
an. Die Palette reicht dabei von Matratzen über Taschen bis hin zu Schnullern. Einmal gab es auch eine Kondom-Spende, ganze 9000 Stück.

Logistische Abwicklung

Der Shop ist übersichtlich, nur finden sich dort keine Preise. Und das aus gutem Grund. Diese können erst dann eingesehen werden, wenn sich eine NGO im Shop registriert hat. Das ist deshalb nötig, da „Die Fairmittlerei" jeden Kunden prüft. Damit sollen nicht nur Privatpersonen vom Kauf ausgeschlossen werden. Vielmehr geht es darum, die tatsächliche Bedürftigkeit oder besser Berechtigung sicherzustellen. Organisationen, die im Shop einkaufen möchten, müssen nicht nur ihren Sitz in Österreich haben. Entscheidend sind auch eine auf Non-Profit ausgerichtete Struktur und ein erkennbarer sozialer oder ökologischer Mehrwert in der Arbeit. Diese Überprüfung erfolgt entsprechend schnell und unkompliziert. Im Gegenzug profitieren die Käufer von Preisen, die zwar zwischen den Produktgruppen variieren, die aber in der Regel bei nur etwa 20 bis 25 Prozent des üblichen Marktpreises liegen. Und nicht nur dort findet sich die Attraktivität. Bei einem Mindestbestellwert von nur 15 Euro können auch bereits sehr kleine Mengen geordert werden. Damit wird jede Art von Verein oder NGO angesprochen, egal, wie groß. Zu den bekannteren Kunden zählen beispielsweise „SOS Kinderdorf" oder die Heilsarmee. Insgesamt sind es nach offiziellen Angaben bereits mehr als 70 NGOs, die das Angebot nutzen. Nach dem Kauf ist eine Selbstabholung im Lager möglich, innerhalb Wiens liefert das Unternehmen „Spendition" die Waren versandkostenfrei. Weitere Lieferwege sind die üblichen Paketdienste mit den entsprechenden Versandkosten.

Nur Kostendeckung

Auch „Die Fairmittlerei" selbst ist als Non-Profit-Organisation aufgestellt. Die Einnahmen werden ausschließlich zur Kostendeckung verwendet. Das soll auch so bleiben. Daraus folgt, dass die Sache bislang nur deshalb so gut funktioniert, weil es viele ehrenamtliche Helfer gibt. Und weitere helfende Hände sind jederzeit willkommen. Wirtschaftlich bedeutet das für Michael Reiter konkret, dass er deutlich weniger verdient als bei seiner Festanstellung bei Henkel. Die Anzahl der Arbeitsstunden ist auch deutlich höher. Trotzdem, so betont er, geht es ihm damit deutlich besser, auch gesundheitlich. Es ist eben ein Job, der ihm und seinem Team Spaß macht.



„Größte Krisensitzung Deutschlands“?

Im Juni wird ein Demokratie-Festival im Berliner Olympia-Stadion stattfinden

Gelebte Demokratie – was für eine schöne Wendung. Das macht Mut. Aktive Zivilgesellschaft, die Ärmel hochkrempeln, etwas bewegen. Das wollen immer mehr Menschen. Die Politik wird als untätig wahrgenommen. Demonstrationen zeigen auch nach längerer Zeit offenbar keine Wirkung auf die Mandatsträger des Landes. Deshalb will ein Event neue Wege gehen.

Von RICO STEHFEST

Am 12. Juni 2020 soll es stattfinden, das Festival, das sich selbst nicht mehr Bürgerversammlung nennen will. Bis zu 90 000 Besucher sollen dann das Olympiastadion in Berlin füllen und gemeinsam der Demokratie frönen. Natürlich geht es um die aktuell besonders brenzligen Themen wie Klimakrise, Nachhaltigkeit und soziale Gerechtigkeit. Letztere können die Initiatoren, die Gründer des Berliner Kondom-Start-ups „Einhorn“, nicht komplett einlösen, wie sie selbst einräumen. So eine Veranstaltung kostet Geld, sogar viel Geld. Stadionmiete, Technik, Bühne, Security. Das alles will bezahlt sein. Da ändert es auch nichts, dass bislang vage angekündigte Experten aus der Wissenschaft, die als Redner eingeladen werden sollen, ganz ohne Honorar dabei sein werden. Deshalb rief das Organisationsteam Ende letzten Jahres zum Crowdfunding auf. Das fand zwar auf startnext statt, war aber kein Crowdfunding im eigentlichen Sinn. Denn für das Geld der Unterstützer bekamen diese schlichtweg Eintrittskarten, zu 29,95 Euro das Stück. Eigentlich also ein Ticketverkauf. Klar war, dass 60 000 Tickets verkauft werden müssten, um den Mietvertrag für das Stadion unterschreiben und damit die Veranstaltung verbindlich buchen zu können. Und da ist eben der Punkt der sozialen Gerechtigkeit: Wie soll die Teilhabe für alle ermöglicht werden, wenn man sich ein solches Ticket nicht leisten kann? Genau dafür gab es die Möglichkeit, „Sozialtickets“ zu erstehen, die später kostenfrei vermittelt werden sollen. Wie genau das ablaufen wird, war zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses noch nicht bekannt. Nach offiziellen Angaben sollen es aber mehr als 40 Prozent der Tickets sein. Und wer nicht vor Ort sein kann, soll die Veranstaltung online über einen Livestream verfolgen können.

Wer sind die Großspender?

Das erste Fundingziel, die 60 000 Tickets, wurde erreicht, womit die Kosten von 1,8 Millionen Euro abgedeckt sind. Das zweite Fundingziel sah 2,7 Millionen Euro vor; erreicht wurden 2,078 Millionen Euro. Ganz klar: Es gibt also Leute, die sich für ein solches

Demokratie-Event interessieren. Und dank der Finanzierung durch die Besucher konnten die Organisatoren eventuelle Abhängigkeiten von Sponsoren oder Lobbygruppen umgehen, zumindest offiziell. Schaut man sich die Ergebnisse des Crowdfundings näher an, wird deutlich, dass zwar fast 28 500 Unterstützer Geld zur Verfügung gestellt haben. Aber allein das Paket „1 000 Tickets“ zu einem Preis von jeweils 29 950 Euro wurde ganze elf Mal gebucht. Von wem? Die Antwort blieb bislang aus. Da müssen sich die Organisatoren durchaus dem Vorwurf der Intransparenz stellen.

Auch in Sachen Programmdetails ist alles noch vage, erst nach Sicherung der Finanzierung ging das Team in die konkrete Planungsphase. Vorträge soll es geben, natürlich Musik. Und man will Petitionen unterzeichnen, gleich vor Ort, über die Petitionsseite des Bundestages. Was passiert, wenn bis zu 90 000 Zugriffe darauf gleichzeitig stattfinden, kann man sich leicht vorstellen. Und dann? Dann gehen alle mit einem guten Gefühl nach Hause. Und passieren wird nichts. Da muss man sich nichts vormachen. Da kann Charlotte Roche im Kampagnenvideo noch so sehr von der eigenen Gänsehaut schwärmen. Im Medienecho wird nicht selten der Begriff der Naivität bemüht. Wenn die Organisatoren selbst von „Inspiration“ und „emotionaler Aufladung“ sprechen, klingt das vielleicht etwas krude, aber das soll ja eben kein Parteitag werden.

Beratung und Unterstützung erhalten die Initiatoren unter anderem von „Fridays For Future Berlin“, „Scientists For Future“ und „Mein Grundeinkommen e.V.“. Und klimaneutral wird die Veranstaltung natürlich auch sein, dank Kompensationen. Wie die aussehen werden, wurde auch noch nicht verraten. Und dass man CO_2-Emissionen nur symbolisch kompensieren kann, muss sich erst noch rumsprechen. Klar ist, dass in vielen Bevölkerungsgruppen ganz offenbar das Vertrauen in die Arbeit von Parteien schwindet. Direkte Demokratie bietet legitime Werkzeuge, aktiv zu werden. Nur gibt es keine Mittel für eine „Blitzdemokratie“. Demokratie definiert sich durch die mühevolle Arbeit des Suchens und Findens von Kompromissen. Auf medium.com schreiben die Organisatoren: „Unsere Idee war von Anfang an, den 12.06.2020 zu initiieren, um bereits bestehende zivilgesellschaftliche Initiativen, NGOs und politisch aktive Menschen in ihrer Arbeit zu unterstützen. Wir wollen als Projekt vor allem einen Rahmen und eine Infrastruktur bereitstellen, in der diese Menschen, ihre Arbeit und ihre Ideen mehr Aufmerksamkeit und Unterstützer*innen erfahren.“ Bislang ist das allerdings weder Wurst noch Fleisch.

▶ www.12062020.de

fundraising ist vertrauen

Alles was glücklich macht

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

frc spenden manufaktur
030 2700083 00

Alt-Moabit 89 · 10559 Berlin
info@spenden-manufaktur.de
www.spenden-manufaktur.de

Mitglied im Deutschen Dialogmarketing Verband e.V.

Selbstbewusste Jugend

Mit dem Skateboard zum Empowerment

Skate-aid ist eine gemeinnützige Organisation, die durch die pädagogische Kraft des Skateboardens umfassende Jugendhilfe leistet. Der Verein realisiert seit der Gründung 2009 weltweit Projekte für benachteiligte Kinder und Jugendliche.

Von TITUS DITTMANN

In den Projekten bauen die Mitglieder von skate-aid Skateparks in Ländern wie Uganda, Ruanda, Namibia und Palästina und haben kürzlich in Zusammenarbeit mit den SOS-Kinderdörfern in Syrien einen Skatepark in Damaskus eröffnet. Insbesondere in Gebieten, in denen soziale Missstände und schwierige Lebensbedingungen herrschen, unterstützt der Verein Kinder in ihrer Entwicklung, bietet Orientierungshilfe, trägt zur Gleichstellung der Geschlechter bei und ermöglicht eine Steigerung des Selbstwertgefühls und Gemeinschaftsbewusstseins, der Eigenverantwortung und Entschlossenheit. Die Skateparks und das Skateboard sind die notwendigen Tools, mit denen der Verein in Workshops nachhaltige Unterstützung anbietet. Die Kinder lernen aufzustehen, nachdem sie hingefallen sind. Das stärkt ihre Persönlichkeit und sie lernen, keine Angst zu haben, sich auch allgemein im Leben neuen Herausforderungen zu stellen. Die Mission: Wir machen Kinder stark!

Freiräume für Selbstbestimmung

Skate-aid gibt Kindern und Jugendlichen in ihrer Orientierungsphase sinn- und identitätsstiftende Freiräume und hilft ihnen, sich auf Basis von Selbstbestimmung und intrinsischer Motivation zu starken Individuen zu entwickeln. So leistet der Verein nachhaltige Sozialisations-, Präventions- und Friedensarbeit durch die pädagogische Kraft des Skateboardens.

In den Kindern sieht der Verein die Zukunft unserer Welt. Diese Welt braucht starke Kinder, damit sie eine gute Zukunft hat. Es ist wichtig, dass die Grundbedürfnisse aller Kinder befriedigt werden, dass sie beispielsweise genug zu essen haben und in Sicherheit aufwachsen können. Aber da ist noch mehr, was der Mensch braucht und wonach er sich sehnt. Es ist das Bedürfnis nach Zugehörigkeit und Halt, es ist die Erfahrung von Anerkennung und Wertschätzung und die tiefe Sehnsucht nach Selbstbestimmung und selbstbestimmtem Handeln.

Förderung des Selbstbewusstseins

Die bewegungsorientierte Jugendkultur Skateboarding kennt weder Grenzen noch Krieg, sie unterscheidet nicht nach Hautfarbe, Religion oder sozialem Status. Sie verbindet. Skate-aid prägt Kinder durch diesen verbindenden Spirit. So entsteht ein ganzheitlicher Wirkungsansatz im gesetzlichen Rahmen der Jugendhilfe in Deutschland und weltweit, der Sportförderung sowie der Förderung der internationalen Gesinnung und Toleranz auf allen Gebieten der Kultur und des Völkerverständigungsgedankens. Die Mission ist erfolgreich, wenn es gelingt, Kindern und Jugendlichen auf ihrem Weg zum Erwachsenwerden zu helfen, selbstbewusste, aufgeklärte, kreative, begeisterte, leistungsbereite, mutige, ausdauernde, frustrationstolerante und aktive Individuen ihrer Gesellschaft zu werden. Umso mehr dort, wo nachteilige Lebensumstände wie Krieg und Konflikt, Armut, Rassismus und vieles mehr ihre positive Entwicklung gefährden können.

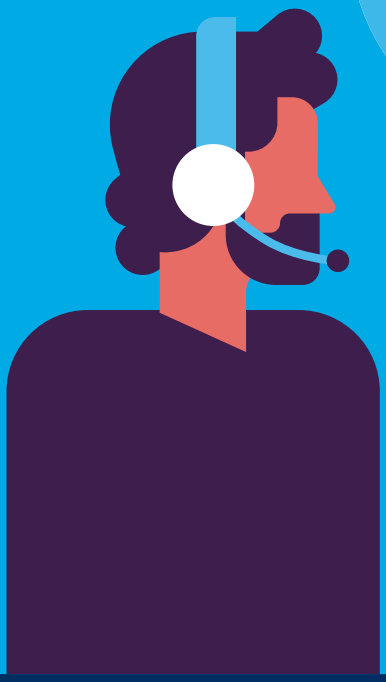
Titus Dittmann studierte in Münster Pädagogik, Sport und Geografie. Er war als Lehrer tätig, bevor er 1984 mit dem Aufbau seines Unternehmens „Titus" begann, das zum größten Anbieter von Skateboards und Streetwear in Europa wurde. Er gilt als „Vater der deutschen Skateboard-Szene". Heute lehrt Dittmann an der Universität Münster und initiiert mit der von ihm 2009 gegründeten Organisation skate-aid weltweit Hilfsprojekte.

▶ **www.skate-aid.org**

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

dialog4good GmbH • Boxhagener Straße 119 • 10245 Berlin

Mitglied im Deutschen Fundraising Verband – Ethisch & Transparent – DFRV.DE

MITGLIED IM: DDV – Die treibende Kraft der Data Driven Economy

Protestgegacker

Zwanzig aufblasbare Hühner hat die „Albert Schweitzer Stiftung für unsere Mitwelt" vor dem Firmensitz des Sandwich-Konzerns Subway postiert, um damit für bessere Tierschutzstandards für Masthühner zu demonstrieren. Eine ähnliche Aktion fand kurz zuvor auch schon vor der Firmenzentrale in Amsterdam statt. Der europaweiten Kampagne haben sich 20 Tierschutzorganisationen aus 14 Ländern angeschlossen. Zusätzlich finden unter #ChickensAgainstSubway Online-Proteste statt.

▶ https://albert-schweitzer-stiftung.de

Blick in die Zukunft

Save the Date – Schweizer Stiftungssymposium 2020

Referate, Workshops und natürlich jede Menge Gelegenheit zu Austausch und Vernetzung bietet das 19. Schweizer Stiftungssymposium am 14. und 15. Mai im Congress Center in Basel. Das Thema in diesem Jahr heißt „Foundation for Future" und beleuchtet neue Anforderungen und Herausforderungen an Stiftungen in einer sich ständig und immer schneller ändernden Welt. Über 40 Vertreterinnen und Vertreter aus der Stiftungspraxis sowie aus Wissenschaft, Politik und Organisationsentwicklung laden zu interaktiven Workshops und Podiumsdiskussionen ein. Mit dabei ist zum Beispiel die Journalistin Dr. Alexandra Borchardt von der Uni Oxford, Tim Göbel, Geschäftsführer der Schöpflin-Stiftung, und Franziska Ryser, Schweizer Nationalrätin bei den Grünen. Die Anmeldung zum Symposium läuft bereits, die Teilnehmerzahl ist auf 500 beschränkt.

▶ www.app.stiftungssymposium.ch

MEINE MEINUNG

„Geht es um die Zukunft des Planeten oder um die Zukunft der Thunbergs?"

Ein Kommentar von UTE NITZSCHE

Wie die Wochenzeitung „Die Zeit" vor Kurzem berichtete, will Klimaaktivistin Greta Thunberg den Namen „Fridays for Future" als Marke schützen lassen. Zumindest sei ein Antrag beim Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum eingegangen. Antragstellerin ist eine Stiftung, die sich „Stiftelsen The Greta Thunberg and Beata Ernman Foundation" nennt und ihren Sitz in Stockholm hat. Dass damit ökologische, klimatische und soziale Nachhaltigkeit sowie psychische Gesundheit gefördert werden sollen, ist eine gute Sache und passt zur Fridays for Future-Bewegung. Außerdem könne man mittels der Stiftung transparent Spenden sammeln. Etwas befremdlich erscheint mir jedoch die Absicht von Janine O'Keeffe, einer Anhängerin Thunbergs, sich ebenfalls die Markenrechte zu sichern, und zwar für Mützen, Rucksäcke und andere Merchandise-Artikel. Auch wenn O'Keeffe beteuert, lediglich den Namen vor Missbrauch schützen zu wollen und keine Gewinnabsicht dahinterstecke, frage ich mich, worum es hier eigentlich geht: Das Engagement einer 16-Jährigen, die bedingungslos und glaubhaft hinter ihrem Anliegen steht, oder doch um die Interessen von Erwachsenen, die im Hintergrund die Strippen ziehen? Geht es um die Zukunft des Planeten oder (auch) um die finanzielle Zukunft der Thunbergs? Da kann man nur hoffen, dass die Rucksäcke dann auch öko sind und die Mützen mit Wolle von glücklichen Schafen gestrickt wurden.

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

Kurzgefasst …

Im Dienst der Religion

Der ehemalige Papst Benedikt XVI. hat die „Tagespost-Stiftung für katholische Publizistik“ ins Leben gerufen. Sie soll unabhängig arbeiten und katholische Nachwuchsjournalisten unterstützen sowie katholischen Medien zu mehr Gehör und Reichweite verhelfen. Dafür sollen 2020 rund 450 000 Euro bereitgestellt werden. Die „Gesellschaft katholischer Publizisten“ sieht die Stiftungsgründung kritisch.

▶www.die-tagespost.de

Spende für die Alten Meister

Die „Dorit & Alexander Otto Stiftung“ hat dem Staatlichen Museum Schwerin Anfang des Jahres eine Großspende in Höhe von fünf Millionen Euro in Form von Architektur-, Planungs- und Bauleistungen vermacht. Das Museum beherbergt eine Sammlung niederländischer Meister des 17. Jahrhunderts und soll ab 2021 für über sechs Millionen Euro saniert werden.

▶ www.dorit-und-alexander-otto-stiftung.de

▶ www.museum-schwerin.de

Queen-Sänger gründet Stiftung

Der Sänger Adam Lambert, der gemeinsam mit der Band Queen auftritt, hat die „The Feel Something Foundation“ gestartet. Mit der Stiftung soll die LGBTQ+-Gemeinschaft unterstützt werden, indem unter anderem Geld mit Awareness-Kampagnen gesammelt wird. Weiterhin stützt sich die Stiftung durch Spenden des Queen-Gastsängers.

▶ https://feelsomethingfoundation.org

Knapp eine Million für Provenienzforschung

Die Volkswagen-Stiftung fördert drei Jahre lang ein internationales und interdisziplinär ausgerichtetes Forschungsvorhaben an der Uni Göttingen mit 980 000 Euro. Forschungsgegenstand sind zwei Sammlungen menschlicher Überreste aus Kolonialzeiten, bei denen geklärt werden soll, woher sie stammen und wie genau sie nach Göttingen gelangten.

▶ www.volkswagenstiftung.de ▶ www.uni-goettingen.de

Innovatives Stiftungs-Tool

Für ihr Projekt „Philanthropy.Insight“ erhält die Maecenata-Stiftung eine Förderung von 20 000 Euro von der Calouste Gulbenkian Foundation. „Philanthropy.Insight“ ist ein Tool, mithilfe dessen Stiftungen anhand der Kriterien Engagement, öffentlicher Nutzen, Relevanz, Leistung und Rechenschaftspflicht ihre Strategien und Programme überprüfen können.

▶ www.maecenata.eu ▶ https://gulbenkian.pt/en

Liquidationsrekord

Schweizer Stiftungsreport nennt aktuelle Zahlen

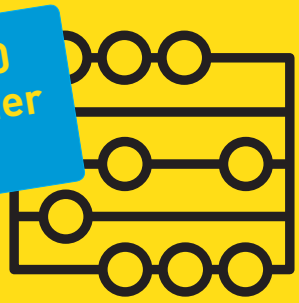
Im letzten Jahr verzeichnete die Schweiz so viele Stiftungsliquidationen wie nie zuvor, nämlich genau 216. Gleichzeitig wurden aber auch 349 Stiftungen gegründet. Im Vergleich zu 2018 nimmt die Zahl der Neugründungen damit in der Schweiz wieder zu. Das Schweizer Stiftungswesen erfasst derzeit 13 293 gemeinnützig Stiftungen. Diese aktuellen Daten präsentierte das Center for Philanthropy Studies (CEPS) der Universität Basel am 30. Januar beim 5. Zürcher Stiftungsrechtstag. Die Zahlen verdeutlichen einen Wandel: Zwar wächst das Stiftungswesen in der Schweiz insgesamt, jedoch haben vor allem ältere Stiftungen offenbar Probleme mit niedrigen Zinsen und Veränderungen im Förderbereich. Stiftungsneugründungen sind vor allem an aktuelle Themen angepasst, zum Beispiel in Form von Umweltstiftungen.

Der komplette Schweizer Stiftungsreport des CEPS erscheint am 28. April. Er kann auf Deutsch und Französisch kostenlos heruntergeladen werden unter ▶ www.stiftungsreport.ch

Mit uns rechnen,
auf uns zählen.

Wir arbeiten vor allem für Gemeinden, christliche und gemeinnützige Werke. Dabei stehen wir in regem Kontakt mit den Nutzern unserer Software. Da wir selbst über langjährige Erfahrung in gemeinnützigen Einrichtungen verfügen, haben wir eine konkrete Vorstellung davon, wie das Kerngeschäft läuft. Im Austausch mit den Führungskräften werden die Instrumente erarbeitet, die den Anforderungen der Organisationen am optimalsten entsprechen.

Über 3.000 Anwender in D, A, CH



OPTIGEM
SOFTWARELÖSUNGEN FÜR GEMEINDEN
UND GEMEINNÜTZIGE WERKE

D INFO@OPTIGEM.COM/0231.182 93-0 WWW.OPTIGEM.COM
A OPTIGEM@SCHABERGER.AT/0699.11 11 16 93
CH OPTIGEM@MITELAN.CH/033.221 05 13

Mehr Vielfalt in Stiftungsräten

Durch Diversität in Vorstand und Stiftungsrat zu besserer Stiftungsarbeit

Vielfältig zusammengesetzte Managementabteilungen und Verwaltungsräte steigern nachgewiesenermaßen den Erfolg eines Unternehmens. Das trifft auch auf Stiftungen zu. Doch wie gelingt es, einen Stiftungsrat aus Personen unterschiedlicher Herkunft und mit verschiedenen Fähigkeiten zusammenzustellen?

Von ALINE KRATZ-ULMER

Im Dezember 2017 hat die „Association of Charitable Foundation" (ACF) in England das Projekt „Stronger Foundations" ins Leben gerufen. Es hat zum Ziel, gemeinnützige Stiftungen dabei zu unterstützen, eine wirkungsvollere Stiftungspraxis zu entwickeln und diese dann auch umzusetzen. Im Rahmen dieses Projekts setzen sich sechs Arbeitsgruppen mit unterschiedlichen Aspekten der Stiftungspraxis auseinander und präsentieren die daraus gewonnenen Resultate jeweils in einem Bericht. Inzwischen ist der erste dieser Berichte veröffentlicht worden. Darin wird die Thematik „Diversity, Equity, Inclusion: The Pillars of Stronger Foundation Practice" behandelt. Im Bericht werden unter anderem neun Säulen aufgezählt, die es zu berücksichtigen gilt, um eine wirkungsvollere Stiftungstätigkeit zu erreichen. Zusammenfassend lassen sich daraus Anweisungen für die Förderung von „Diversity, Equity, Inclusion" in der eigenen Stiftung herleiten, unter anderem zum Thema Vielfalt im Stiftungsrat.

Im schweizerischen Stiftungssektor wird das Thema Diversität beziehungsweise Vielfalt ebenfalls diskutiert. Zur Foundation Board Diversity liegen jedoch zurzeit noch keine aussagekräftigen Untersuchungen vor. In verschiedenen Publikationen der letzten Jahre wird für andere Bereiche hingegen ein Zusammenhang zwischen einer erhöhten Diversität – sei es im Management oder in den Verwaltungsräten von Unternehmen – und dem Unternehmenserfolg nachgewiesen.

Diversity Management

Es ist also durchaus anzunehmen, dass auch bei Schweizer Stiftungen ein vielfältiger Stiftungsrat zu einer wirkungsvolleren Stiftungstätigkeit führen dürfte. Der Begriff „Diversity Management" verweist auf die Wichtigkeit einer vielschichtigen Zusammensetzung der betreffenden Gruppe und knüpft dabei an klassische

Wie vorgehen?

Um die Diversität in ihrem Stiftungsrat gezielt zu fördern, können Stiftungen beispielsweise wie folgt vorgehen:

- den Stiftungsrat für die Diversitätsproblematik sensibilisieren und diesbezüglich Weiterbildungen vorsehen
- bei der Rekrutierung neuer Stiftungsratsmitglieder geeignete Persönlichkeiten ausfindig machen, die der Stiftung aufgrund ihres Fachwissens im betreffenden Fördergebiet von Nutzen sein können
- vermehrt digitale Technologien einsetzen, um Informationen im Stiftungsrat schneller und effizienter verbreiten zu können
- für die Stiftungsratsmitglieder eine Beschränkung ihrer Amtsdauer und/oder eine Altersgrenze vorgeben, was eine schnellere Erneuerung des Stiftungsrates und damit auch eine größere Diversität zur Folge haben würde
- Ressourcen zur Verfügung stellen, um das Diversitätsmanagement zu fördern

Diskriminierungsmerkmale wie Rasse, Religion, Sprache oder Geschlecht an, wobei je nachdem weitere Aspekte, beispielsweise das Ausbildungsniveau, hinzukommen können. Damit wird bezweckt, positive Effekte in der Gruppe zu erzeugen.

Mögliche Lösungsansätze

Ein vielfältiger Stiftungsrat lässt sich mittels verschiedener Lösungsansätze erzielen. Zu nennen sind hier zunächst staatliche Maßnahmen. Ein weniger weitgehender Ansatz besteht darin, dass Verbände im Rahmen ihrer Codices durch die Einführung eines speziellen Punktes „Diversität" diesbezüglich eine weitergehende Empfehlung abgeben. So enthält zum Beispiel der englische „Charity Governance Code" eine Bestimmung zur Herangehensweise an die Diversity-Problematik im Stiftungsrat. Des Weiteren besteht die Möglichkeit, dass die Stiftungen selbst aktiv werden, sich diesbezüglich sensibilisieren und darauf achten, dass ihr Stiftungsrat dem Gebot der Vielfältigkeit gerecht wird.

Es gibt verschiedene Ansätze, wie Stiftungen auf die erforderliche Diversität ihres Stiftungsrates hinarbeiten können. Doch sollte es der einzelnen Stiftung überlassen bleiben, welchen Weg sie dabei einschlagen will, beispielsweise aufgrund einer Bestandsanalyse der eigenen Stiftungstätigkeiten zu ermitteln, welche Aspekte der Vielfalt bezüglich Demografie und Erfahrung im betreffenden Stiftungsrat am wirkungsvollsten sein dürften. Die erforderliche Vielfalt des Stiftungsrates hängt nicht zuletzt auch vom Stiftungszweck ab und sollte sich dementsprechend daran orientieren. Hierzu können Stiftungen gezielt Diversitätsgrundsätze erarbeiten.

Es empfiehlt sich, diese anschließend in einem spezifischen Reglement oder in den Richtlinien festzuhalten und sie bei der Vergabepolitik angemessen zu berücksichtigen. Anhand der erarbeiteten Lösungsansätze können die vielfältigen verfügbaren Kompetenzen, die sich aus einer diversen Zusammensetzung des Stiftungsrates ergeben, gezielt im Interesse einer wirkungsvolleren Stiftungstätigkeit genutzt werden.

Dr. iur. **Aline Kratz-Ulmer** arbeitet als Rechtsanwältin in der Kanzlei „Hubatka Müller Vetter Rechtsanwälte" in Zürich und ist CO-Präsidentin der Vereinigung junger Stiftungsexperten (VjS). Sie publiziert regelmäßig zum Stiftungsrecht und ist Dozentin an der AZEK (The Swiss Training Centre for Investment Professionals).
▶ **www.hmvlaw.ch**
▶ **www.junge-stiftungsexperten.ch**

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

Nein sagen mit Wertschätzung

Ablehnen beim Fördern muss nicht Einweg-Kommunikation bedeuten

Eine Förderstiftung kann nicht jeden Antrag bewilligen. Doch wie sage ich das dem Antragsteller? Mit Standard-Absageschreiben oder einer individuellen Begründung? Und wie verhindert man Diskussionen mit frustrierten Gesuchstellern? So gelingt die Kommunikation für beide Seiten.

Von BENNO SCHUBIGER

Wenn bei der Stiftungsarbeit der Förderbeschluss die Kür ist, dann ist die Absage die Pflicht. Für viele ist dies eine lästige Pflicht – eine Arbeit, die man als eher unproduktiv betrachtet, da sie durchaus größere Kapazitäten der Geschäftsstelle einer Stiftung binden kann. Auch die präziseste Kommunikation und die prägnanteste Fokussierung können nicht verhindern, dass Stiftungen Gesuche ablehnen müssen: wegen Qualitätsmängeln bei den eingereichten Dossiers beziehungsweise Projekten oder schlicht und einfach, weil die Fördermittel nicht für die Unterstützung aller Eingaben reichen. Keine Förderstiftung kommt um ein gutes Absage-Management herum. Ablehnungen aus fördertechnischen Gründen auszusprechen, ist der einfachere Teil beim Absagen.

Sanfte Belehrungen

Nicht fristgerechte Einreichung von Gesuchen monieren oder Verweise auf die Unvereinbarkeit eines unterbreiteten Projektinhalts mit seinen kommunizierten Förderzwecken bedeuten sanfte Belehrungen, die bei ernsthaften Gesuchstellenden gewiss auf Verständnis stoßen. Mit Begründungen auf solche Inkompatibilitäten lassen sich glaubhafte Standard-Absageschreiben versenden. Auch wenn diese mithilfe von Textbausteinen und Gesuchverwaltungsprogrammen generiert worden sind, können sie dem Einsender zeigen, dass sich die Stiftung mit den jeweiligen Gesuchen auseinandergesetzt hat.

Aufwendiger und zeitintensiver (sowie manchmal heikler!) sind Absagen betreffend Gesuche, die im Rahmen eines inhaltlich vertieften Selektionsprozesses aus der engsten Auswahl ausgeschieden sind. Projekte von wissenschaftlichem Charakter mit objektiv determinierten Inhalten und exakt evaluierbaren Zielsetzungen, die eine Stiftung nicht als förderungswürdig betrachtet, lassen sich im Prinzip unkompliziert absagen. Wobei nicht jede Förderstelle die Muße und die Zeitkapazität hat, individuelle Ablehnungsbescheide ausführlich zu begründen.

Schwieriger sind Absagen bei Projekten mit größerem inhaltlichem Ermessensspielraum. Kulturelle oder sozialkaritative Projektinhalte etwa sind in gewissen Fällen gar nicht im strengen Sinne objektivierbar. Persönliche Vorlieben (oder halt Abneigungen) eines Gesuchbearbeiters lassen sich nicht immer ganz ausblenden.

Risiko endloser Diskussionen

Auf die Inhalte bezogene Absagen mögen verschiedene Ablehnungsgründe haben. Die Gesuchbearbeitenden bei den Förderstiftungen – manchmal sind es Spezialistinnen,

oftmals handelt es sich um Generalisten – taxieren die Qualität des eingereichten Projektes als zu tief, attestieren ihm eine zu geringe Priorität, zweifeln an Konzept, Budget oder Gesamterfolg. Oder es misslingt ihnen schlicht und einfach, ihren Stiftungsrat zu einer Zusage zu bewegen.

Nicht alle Stiftungen geben sich dazu her, Ablehnungen mit detaillierten Begründungen transparent zu kommunizieren. Denn sie beurteilen das Risiko als zu groß, sich auf endlose Diskussionen mit einem frustrierten Gesuchsteller einzulassen, der sich nicht bloß missverstanden, sondern auch noch ungerecht behandelt fühlt. Dass man sich in Ablehnungs-Argumentationen verheddern kann, ist tatsächlich eine Gefahr, der manche Stiftung auszuweichen versucht.

Den Förderstiftungen rate ich, ihre Absage so transparent wie möglich zu formulieren und dabei denkbare Empfindlichkeiten aufseiten der Gesuchstellenden einzukalkulieren. Hilfreich für diese sind selbstverständlich im Absageschreiben gemachte Angebote, die Ablehnung im telefonischen Gespräch zu erläutern. Ich zweifle nicht daran, dass nicht nur die Antragsteller, sondern auch die Stiftungsmitarbeiter aus solchen Kontakten einen Lernprozess absolvieren können – Letztere beispielsweise, weil sie sich mit der Arbeitswirklichkeit der Gesuchsteller vertiefter auseinandersetzen können. Unabdingbar ist aber, dass sich die Stiftungen klar abgrenzen und keine Hoffnung auf Wiedererwägungsgesuche machen, sofern dieses Instrument nicht vorgesehen ist.

Den Gesuchstellenden rate ich zum Versuch, sich in die Situation der Stiftungsverantwortlichen hineinzuversetzen. Bei gewissen Stiftungen kann Gesuchbearbeitung ein Massengeschäft sein, das die knapp dotierten Stiftungssekretariate an die Grenze der Überforderung bringen kann. Auch noch hilfreich könnte sein, das erhaltene Ablehnungsschreiben auf einen allfälligen Subtext zu untersuchen. Dessen Aussage könnte nämlich ganz banal lauten: „Ihr Projekt ist für uns nicht interessant."

Benno Schubiger studierte an der Universität Zürich Kunstgeschichte und Geschichte, wo er auch promovierte. Später bildete er sich an der Universität Basel in Museologie weiter. Nach Tätigkeiten im Bereich Denkmalpflege und in Museen arbeitete er als langjähriger Direktor der „Sophie und Karl Binding Stiftung" in Basel. Er war Gründungspräsident von SwissFoundations und ist heute in mehreren Stiftungen aktiv. Er ist Partner von „SCHUBIGER arts'n'funds", Basel, und schreibt „Benno's Blog" über Philanthropie und Stiftungen.
▶ www.bennosblog.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

PRODUKTIONSMANAGEMENT

BERATUNG
PERSÖNLICH. INDIVIDUELL. LÖSUNGSORIENTIERT

PRODUKTIONSLEITUNG
MIT UNS SPAREN SIE RESSOURCEN

DIRECT MAILING
25 JAHRE ERFAHRUNG INBEGRIFFEN

GIVEAWAY
KLEINE GESCHENKE MIT GROSSER WIRKUNG

Walter Schmid AG
Auenstrasse 10
8600 Dübendorf
wsag.ch

MailTec AG
Auenstrasse 10
8600 Dübendorf
mailtec.ch

Engagement statt nur Protest

Deutschlands junge Generation beschäftigt vielmehr als der Klimawandel

Sie kennen Deutschland nicht mehr als geteiltes Land, weil sie nach 1990 geboren wurden. Die Jahreskampagne der Hertie-Stiftung zeigt, wie vielfältig sich die „Generation Grenzenlos" für die gute Sache einsetzt.

Von UTE NITZSCHE

Ihre familiären Wurzeln liegen in Deutschland, im Kongo oder in Syrien, sie sind noch keine 30 Jahre alt und haben eines gemeinsam: Sie alle engagieren sich für unsere Gesellschaft. Die Gemeinnützige Hertie-Stiftung will mit ihrer Social-Media-Kampa ne „Generation Grenzenlos" 30 junge Menschen aus 14 deutschen Bundesländern vorstellen, die sich für Inklusion und Integration, Nachhaltigkeit, Chancengleichheit, kulturelle Vielfalt oder politische Bildung einsetzen. Im 30. Jahr der Deutschen Einheit sollen die ausgewählten „30 unter 30" zeigen, wie sich die junge Generation heute für ihre eigenen Anliegen und die der Gesellschaft starkmacht. Die Kampagne nimmt damit auch Bezug auf die Ereignisse von 1989/90, als Tausende DDR-Bürger ebenfalls durch Mut und persönlichen Einsatz Grenzen zu Fall gebracht und damit aktiv einen politischen Umsturz eingeläutet haben.

Nicht nur gegen, sondern für eine Sache

Die Geschäftsführerin für den Bereich „Demokratie stärken" bei der Hertie-Stiftung, Elisabeth Niejahr, erklärt die Idee hinter dem Projekt: „Wir haben Jugendliche und junge Erwachsene ausgewählt, die sich nicht nur gegen, sondern auch für etwas einsetzen und wollen sie dabei unterstützen, ihre Projekte groß zu machen." Im Vordergrund stehen also nicht nur Protest und Forderungen, sondern ganz konkret eigene Ideen und Engagement. Die „30 unter 30" schwimmen nicht nur auf einer Welle mit, sie packen selbst an.

Bis Oktober stellt die Stiftung jede Woche einen der 30 „Alltagshelden" auf ihren Social-Media-Kanälen unter #Generation-Grenzenlos vor. Den Anfang machte im Februar der 26-jährige Matondo Castlo aus Berlin (Foto). Er macht Musik, ist Schauspieler, Hip-Hop-Dozent und Erzieher. Seine Eltern stammen aus dem Kongo. Als sein Vater dort politisch verfolgt wurde, floh die Familie. 1993 wurde Matondo in Berlin-Neukölln geboren. Er verbrachte seine ersten Lebensjahre in einem Asylbewerberheim. Heute gibt er Rap- und Schauspiel-Workshops für Kinder und Jugendliche. Sie sollen dabei lernen, ihre Gefühle und Träume zum Ausdruck zu bringen und Rap ganz gezielt gegen Hass und Ausgrenzung einzusetzen. „Wenn wir den Jugendlichen heute schon die Aufmerksamkeit geben, welche sie verdient haben, dann kann da in Zukunft nur etwas Gutes rauskommen", sagt er im Kampagnen-Video.

Die einzelnen Projekte der „30 unter 30" sind so unterschiedlich wie die Personen selbst und gehen auch Probleme an, die nichts mit den Themen zu tun haben, die die junge Generation gerade verstärkt beschäftigen. Die 19 Jahre alte Annalisa Weyel aus Hessen beispielsweise will die Grenzen zwischen gehörlosen und hörenden Menschen überwinden und hat dafür einen Kurs für Deutsche Gebärdensprache für Hörende entwickelt. Und Hanna Vichel, 25, kommt aus Mecklenburg-Vorpommern. Sie will den Abwanderungstendenzen vom Land in die Stadt entgegenwirken, indem sie jungen Menschen neue Perspektiven zeigt, zum Beispiel in den Kindercamps von „Power On e. V.", bei denen jeden Sommer 100 Teilnehmerinnen und Teilnehmer dabei sind. Denn in einer Welt ohne Grenzen sind auch den Formen des Engagements weniger Grenzen gesetzt. ◘

▶ www.generation-grenzenlos.de

Viele Fragen bei der Evaluation einer neuen CRM-Software?

creati</> SOFTWARE

WIR MACHEN KOMPLEXES EINFACH

Online Spenden?

Telefonfundraising?

Peer-to-Peer?

Spendenbescheinigung?

Adressverwaltung?

Mitgliederverwaltung?

Projekt-organisation?

Customer Experience?

Legate?

Verbuchungs-Prozess?

Erbschaften/Legate?

Berechtigungen?

Fremdadressen?

Datenanalysen?

Anlassspenden?

Firmenkooperationen?

Datenmigration?

Kampagnen?

Newsletter?

Freiwillige?

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

Neue Aufgaben rund ums Fundraising

Verstärkung bei der Welthungerhilfe

Seit November 2019 hat die Welthungerhilfe ein neues Vorstandsmitglied. **Susanne Fotiadis** verantwortet seither den Bereich Marketing und Kommunikation in Bonn. Zuvor war sie 13 Jahre Mitglied der Geschäftsleitung bei Unicef Deutschland und dort seit 2012 Leiterin Marketing und Fundraising. Zu den neuen Aufgaben gehören die strategische Weiterentwicklung und Digitalisierung des Marketings und der Ausbau der bestehenden Marketing- und Kommunikationskanäle. Auch die Gewinnung neuer Unternehmenspartner wird ein Schwerpunkt sein. Die gelernte Diplom-Kauffrau hat vor ihrem Wechsel in den NGO-Bereich in verschiedenen Führungspositionen im nationalen und internationalen Konsumgütermarketing gearbeitet, u. a. bei Gillette und Brita.

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

Kompetenz aus der Wirtschaft

Christoph Kannengießer wird Mitglied im Stiftungsrat der „Stiftung managerohnegrenzen". Er ist Hauptgeschäftsführer des „Afrika-Vereins der deutschen Wirtschaft", mit dem die Stiftung im Interessenaustausch steht. Zuvor war Kannengießer unter anderem beim Deutschen Industrie- und Handelskammertag und der Bundesvereinigung der Arbeitgeberverbände tätig. Knapp vier Jahre war er außerdem stellvertretender Generalsekretär der Konrad-Adenauer-Stiftung.

Teamleiterin für PR und Fundraising beim Deutschen Kinderhospizverein

Silke Keller leitet seit Kurzem das Team der Öffentlichkeitsarbeit und des Fundraisings beim Deutschen Kinderhospizverein (DKHV e. V.). Zuvor war sie Pressereferentin des bundesweit tätigen Vereins, der einer der größten Träger von ambulanten Kinder- und Jugendhospizdiensten in Deutschland ist. Keller ist ausgebildete Kauffrau für audiovisuelle Medien und hat im Jahr 2018 den Online-Fundraiser bei der Fundraising-Akademie abgeschlossen.

Fundraising-Leitung für „ora Kinderhilfe"

Im Oktober 2019 hat **Carmen Schöngraf** die Geschäftsführung für den Bereich Personal sowie die Leitung Kommunikation und Fundraising bei „ora Kinderhilfe international e. V." übernommen. In der Entwicklungshilfeorganisation war sie zuvor auch als Pressesprecherin tätig. An mehr als 30 Standorten weltweit setzt sich das gemeinnützige Werk für Ernährung, Bildung, medizinische Versorgung sowie für Maßnahmen ein, die Bedürftigen ein Einkommen schaffen.

Landesreferent für ASB in Schleswig-Holstein

Der Landesverband Schleswig-Holstein des Arbeiter-Samariter-Bundes (ASB) stellt sein Fundraising neu auf. Die Leitung hat **Kai Kulschewski** als Landesfachreferent übernommen. Der gebürtige Kieler entwickelt das Fundraising strategisch weiter, berät und unterstützt die Regionalverbände bei der Umsetzung und verantwortet als Pilotprojekt die Kampagne für das bundesweit erste ASB-Hospiz. Kai Kulschewski ist seit 2005 als Fundraising-Manager (FA) unterwegs und hat seitdem in unterschiedlichen Konstellationen zahlreiche Organisationen und Projekte begleitet. Er leitet die Regionalgruppe Kiel des Fundraising-Verbandes und ist Stiftungsmanager der „Stiftung Zivilgesellschaft Schleswig-Holstein", die unter anderem das „SocialBarCampSH" organisiert.

EuroNatur-Präsidium mit neuem Präsidenten

Das ehrenamtlich tätige Präsidium der EuroNatur-Stiftung hat eine neue Spitze. Prof. Dr. **Thomas Potthast** übernimmt das Amt des Präsidenten der EuroNatur-Stiftung von Christel Schroeder, unterstützt wird er von Dr. Anna-Katharina Wöbse als neue Vizepräsidentin. Potthast ist Professor für Ethik, Theorie und Geschichte der Biowissenschaften an der Uni Tübingen und leitet deren Ethikzentrum (IZEW). Seit Dezember 2014 ist er Mitglied des EuroNatur-Präsidiums, seit 2017 als Vizepräsident. Dr. Anna-Katharina Wöbse ist seit 2017 Teil des EuroNatur-Präsidiums. Die Umwelthistorikerin ist als freie Kuratorin und Publizistin sowie als wissenschaftliche Mitarbeiterin im Institut für Biologiedidaktik der Uni Gießen tätig mit Forschungsfokus auf Naturschutzgeschichte und Umweltdiplomatie.

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

12. SwissFundraisingDay

Der Treffpunkt für Schweizer Fundraiser/innen

Donnerstag, 18. Juni 2020
Kursaal Bern

SwissFundraisingDay
swissfundraisingday.ch

Haupt-Sponsoren: künzlerbachmann directmarketing | DIE POST
Co-Sponsoren: alnovis creating response | brain'print | corris | creati</> SOFTWARE
Medienpartner: Fundraiser magazin | persönlich | WSAG Walter Schmid AG DIE BESTE ADRESSE FÜR ADRESSEN

Schweiz-Expertin im Schomerus-Team

Die „Schomerus – Beratung für gesellschaftliches Engagement GmbH“ holt mit der internationalen Großspendenfundraiserin Dr. **Julie Berthoud-Jury** eine Schweiz-Expertin ins Team. Berthoud-Jury hat in den USA Literaturwissenschaften studiert. Nach einer Dekade als Lehrbeauftragte an zwei US-Unis sammelte sie vielfältige praktische Erfahrung in diversen Fundraisingrollen in den USA, u.a. als Freiwilligenkoordinatorin bei OAR, als Projektmitglied beim US-Fundraising-Verband, als Fundraisingdirektorin bei „Pets in Need“, als Vorstandsmitglied bei Portaluca und als Major Donor Fundraiserin beim American Red Cross. Sie hat zuletzt als Verantwortliche für Grossgönner, Kantone und Gemeinden in der Deutschschweiz für „Médecins sans Frontières“ gearbeitet.

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

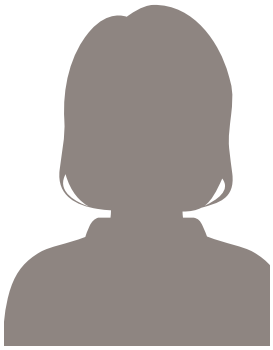
Verstärkung im Stiftungsrat bei „Menschen für Menschen“

Die „Stiftung Menschen für Menschen“ freut sich auf kompetente Verstärkung. **Nora Teuwsen**, Partnerin bei der Schweizer Anwaltskanzlei Bär & Karrer, wurde vom Stiftungsrat als Mitglied gewählt. Sie löst damit Dr. Max P. Oesch ab, der seit 2014 im Stiftungsrat vertreten war. Seit Januar 2020 ist Nora Teuwsen auch Partnerin und Mitglied des Managements bei der Anwaltskanzlei Bär & Karrer. Zuvor war sie seit 2013 Group General Counsel der Schweizerischen Bundesbahnen (SBB).

Wechsel im Kuratorium der Hanns-Lilje-Stiftung

Maria Pfitzner und **Reinhard Bingener** sind zum 1. April 2020 in das Kuratorium der Hanns-Lilje-Stiftung berufen worden. Maria Pfitzner ist Diplom-Ingenieurin und arbeitet als freiberufliche Architektin im Büro „pfitzner moorkens architekten PartG mbB“. Reinhard Bingener ist Politischer Korrespondent bei der Frankfurter Allgemeinen Zeitung. Sie folgen auf Sabine Goes, Bremerhaven, und Dr.-Ing. Jürgen Vogel, Laatzen, die beide turnusgemäß ausscheiden.

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*

Josef Pfabigan folgt Heli Dungler bei „Vier Pfoten International“

Nach dem unerwarteten Tod von Vier Pfoten-Gründer und Präsident Heli Dungler am 5. Januar 2020 wird **Josef Pfabigan** neuer Vorstandsvorsitzender und Geschäftsführer von „Vier Pfoten International“. Damit übernimmt er die Leitung der globalen Tierschutzorganisation. Pfabigan war über Jahrzehnte Dunglers Wegbegleiter. 1988, als „Vier Pfoten“ in Österreich gegründet wurde, unterstützte er ehrenamtlich die Aktivitäten des Vereins. 1997 folgte er der Einladung von Heli Dungler und stieg operativ in die Kampagnen- und Projektarbeit ein. Seitdem begleitete Josef Pfabigan vor allem die Internationalisierung von „Vier Pfoten“. Er war der Mitbegründer von „Vier Pfoten International“ im Jahr 2002 und übernahm ab 2006 die wirtschaftliche Geschäftsführung.

Neuer Großspenden-Profi für „betterplace.org“

Deutschlands größte Spendenplattform „betterplace.org“ verstärkt ihr Fundraising. Um die Hilfe der gemeinnützigen Förderkörperschaft auszuweiten, soll **Alexander Schirm** in den kommenden Jahren den Großspendenbereich aufbauen. Er hat einen Bachelor-Abschluss in BWL und setzte sich in seiner Masterarbeit zum Non-Profit-Manager mit der Preisbildung im CRM auseinander. Zuletzt akquirierte und betreute er bereits erfolgreich für ProVeg Deutschland, „Save the Children“ sowie „Ärzte ohne Grenzen“ Großspender, Testamentsversprecher und Unternehmenspartner.

Für ProVeg baute er zum Beispiel das One2One-Fundraising auf. Als Key Account Manager bei „Save the Children“ kümmerte er sich um eine globale Partnerschaft u.a. mit C&A und weiteren Konzernen.

Van Acken Fundraising GmbH unterstützt bei Fundraising-Personalsuche

Advertorial

„Für erfolgreiches Fundraising sind gut ausgebildete Fundraiserinnen und Fundraiser entscheidend. Professionelles Fundraising gelingt, wenn vor der Stellensuche ein realistisches Verständnis für Fundraising und das Potenzial der NGO besteht“, sagt Martin Fischer, Berater der van Acken Fundraising GmbH (Krefeld). „Unser Fundraising-Personalmatching ist ein neues Modul.“

Warum dieses Angebot?

„Wir waren schon oft mit Organisationen in Kontakt, die schon lange improvisiert haben. Oft wurden schon einige Fundraiser/innen eingestellt, ohne dass die Organisation zunächst wusste, was sie möchte und was der Fundraisingmarkt erfordert. Die hohe Fluktuation von Fundraiser/innen bereitet große Sorge, denn sie geht zu Lasten von Spendern, Organisationen, Fundraiser/innen und schadet dem Ansehen der Branche.“

Umfassend für die 2020er-Jahre im Fundraising aufgestellt

„Die Förderung gemeinnütziger Zwecke ist zu wichtig, als dass weitere Zeit ungenutzt verstreichen darf. Mit unserer langjährigen Erfahrung, unserem guten Netzwerk, kombiniert mit dem Blick von außen, bieten wir Organisationen viele Vorteile. Wir befähigen Spendenorganisationen, auf Basis einer aktuellen Fundraising-Strategie und einem guten Fundraising-Team realistische Ziele zu erreichen. Mit diesem abgerundeten Angebot stellen wir uns umfassend für die 2020er-Jahre im Fundraising auf. Wir sind bereits in interessanten Gesprächen mit vielen suchenden Organisationen und Fundraisern.“

martin.fischer@van-acken.de
Telefon: 0 21 51/44 00 33

vanacken Fundraising

Event-Fundraising im Power-Modus

Um engagierte Gäste einer Abendveranstaltung zu motivieren, die Projekte der Organisation zu unterstützen, hat die Firma „Event Fundraising Behm" die „Power Donation" zusätzlich zum Einsatz der „Stillen Auktion" entwickelt: Die „Power Donation" wurde konzipiert um in einem kurzen Zeitraum (10 bis 15 Minuten) eine hohe Spendensumme zu generieren und wird überall dort eingesetzt, wo ein Moderator, ein großer Bildschirm, ein emotional vorgetragenes Spendenprojekt und vermögende Gäste anzutreffen sind.

Gespendet wird gänzlich unkompliziert per Text-Nachricht (SMS), sodass auch ältere Gäste mit dieser einfachen Handhabe „abgeholt" werden: Die Registrierung für die „Power Donation" findet während des Empfangs durch das Fundraising-Team statt. Per Tablet wird jeder Gast mit seinem Namen und der Tischnummer registriert, woraufhin er eine SMS erhält, welche die Spielregeln erklärt. Später am Abend zeigt der Moderator einen Film zum Spendenprojekt. Im Anschluss daran steigt nicht nur die Temperatur im Raum – denn jetzt startet die Spendenaktion: Gemeinsam sollen in den kommenden Minuten das Projekt realisiert und zum Beispiel die benötigten 50 000 Euro gesammelt werden. Der Moderator bittet die Gäste, ihre Telefone in die Hand zu nehmen und einfach per SMS ihre gewünschte Spendensumme abzuschicken. Auf der großen Leinwand erscheint nun leuchtend das Spenden-Donometer, die „Power Donation" startet. Zu sehen ist ein Barometer, das stetig klettert – darüber die ansteigende Spendensumme, darunter die Namen der Spender und die einzelnen Spendenbeträge. Alternativ ist der Hinweis auf anonym getätigte Spenden, denn der Gast entscheidet selber, ob sein/ihr Name auf der Leinwand zu lesen ist.

Der Moderator kommentiert die sekündlich eingehenden Spenden und dankt den Spendern persönlich „Frau Meyer an Tisch eins – herzlichen Dank für Ihre großzügige Spende von 1500 Euro! Und da sehen wir auch schon den nächsten Eingang. Herr Müller von Tisch drei …" Dadurch entsteht ein starkes Wir-Gefühl und ein Teamgeist: „Gemeinsam schaffen wir das!". Einige Gäste spenden mehrfach, und alle können live dabei sein und nach rund einer Viertelstunde gemeinsam feiern, wenn das Spendenziel erreicht ist. Das Fundraising-Team übergibt im Anschluss jedem Spender einen Beleg, sodass er bequem per Lastschriftverfahren oder Überweisung seine Spende tätigen kann. Event-Fundraising kann so einfach sein.

▶ www.event-fundraising-behm.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!

Kampagnen-Macher

Thomas Witte führt Kamparaise an

Das Planetensystem rund um das Zürcher Kampagnenforum hat einen neuen Trabanten: Kamparaise, die Agentur für Fundraising, CRM und Kommunikation. Geschäftsführer ist **Thomas Witte,** zuletzt Leiter Marketing & Kommunikation bei der „Stiftung Kinderdorf Pestalozzi". „21 Jahre Fundraising-Erfahrung und ein Netzwerk an Expertinnen und Experten stehen den Kunden von Kamparaise zur Verfügung", betont Witte.

▶ www.kamparaise.ch

Kurzgefasst …

Winheller berät Blockchain-Plattform

Die Kanzlei „WINHELLER Rechtsanwälte & Steuerberater" hat die Open-Source-Blockchain-Plattform „Waves" bei der Gründung eines gemeinnützigen Vereins beraten. Die Waves Association wird künftig alle Schlüsselaktivitäten der Waves-Blockchain-Plattform zusammenfassen und auch die Prioritäten für die weitere Entwicklung festlegen. Darüber hinaus strebt der Verein an, das Waves-Protokoll der Allgemeinheit als Open-Source-Software zur Verfügung zu stellen sowie das Waves-Ökosystem zu unterstützen.

▶ www.winheller.com

Spendenswert-Magazin informiert Juristen

Die Agentur Zielgenau launcht die erste Ausgabe des Magazins „spendenswert". Es wird an Fachanwälte für Erbrecht, Notare und Nachlassgerichte verschickt und bietet gemeinnützigen Organisationen die Möglichkeit, im Rahmen ihres Nachlass-Fundraisings neue Zielgruppen zu erreichen. Als erste Region ist das Magazin nun im Rhein-Main-Gebiet erschienen. Noch in der ersten Jahreshälfte sollen weitere Ausgaben in den Regionen München, Stuttgart und Rhein-Neckar erscheinen.

▶ www.spendenswert-magazin.de

Deutscher Spendenhilfsdienst mit mehr Angebot

Neben Inbound- und Outbound-Telefon-Fundraising und der digitalen Kommunikation mit Spenderinnen und Spendern von Hilfsorganisationen bietet der Deutsche Spendenhilfsdienst in Köln jetzt auch Unterstützung beim Auf- und Ausbau des Nachlass-Fundraisings an. Das Angebot reicht von der Strategie- und Konzepterstellung über Schulungen und Trainings on the Job für neue oder fachfremde Mitarbeitende in Hilfsorganisationen bis hin zu einzelnen Dienstleistungen im Nachlass-Fundraising.

▶ www.spendenhilfsdienst.de

Mit Plastikkarten den Plastikmüll reduzieren

Dass man gerade auch als Plastikkartenhersteller dem Plastikmüll den Kampf ansagen kann, beweist die Manhillen Drucktechnik GmbH mit dem Einsatz eines neuen Kartenmaterials in der Produktion: 100 Prozent recyceltes PVC soll einen entscheidenden Beitrag leisten, weitere Ressourcen zu schonen. Wichtig für Manhillen ist, darüber hinaus auch weiterhin ein spezielles Material anzubieten, das durch den Versatz mit einem Zusatzstoff in einer Kompostierumgebung biologisch abbaubar ist – sogenanntes Bio-PVC. Das hat der Druckdienstleister schon vor rund zehn Jahren ins Sortiment genommen.

▶ www.man-druckt.de

29.–30.04.2020
in Stuttgart
Forum | Preis | Expo

Jetzt Tickets sichern unter www.csrforum.eu

Kooperationspartner
IHK Region Stuttgart

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 Fundraising Media

Digitales für Nonprofits

Kommunikationsideen für die digitale Kommunikation von Nonprofits. Aus dem Ruhrgebiet und mit über 20-jähriger Erfahrung in der Sozialwirtschaft.

- Strategien für den Einsatz digitaler Medien
- Nonprofit-Fotografie, Video- und Podcast-Produktion
- digitale Recruiting Konzepte für soziale Träger
- Kommunikationsideen fürs Fundraising

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

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

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.)

Tilsiter Ufer 16 · 47279 Duisburg
Telefon: +49 (0)203 485777-0
Telefax: +49 (0)203 485777-19
info@conversio-institut.de

van Acken Fundraising GmbH

Dienstleistung im Fundraising seit 1975

Wir bieten:

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

Magdeburger Straße 5 · 47800 Krefeld
Telefon: +49 (0)2151 4400-0
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

Mailings sind Herzenssache

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

Mailingverstärker von fides!
Emotional, ökologisch & günstig

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

„1% Response reicht einfach nicht!"

Neuspendermailings, die sich für Sie rechnen.

P Direkt GmbH & Co. KG

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

„Wir müssen starke

Kaum jemand verfügt über so viel jahrelange Erfahrung in Sachen Philanthropie wie die Fundraising-Beraterin Kay Sprinkel Grace aus San Francisco. Die Liste ihrer Publikationen ist fast so lang wie die ihrer Preise und Ehrungen. Im Gespräch mit dem Berater Christian Osterhaus verrät sie, warum gute Fundraiser und gute Führungskräfte sich so ähneln, sie aber nach all den Jahren mit dem Begriff des Fundraisers eigentlich so ihre Probleme hat. Sie hält die europäische Zivilgesellschaft für mutiger als die US-amerikanische und wird nicht müde werden, ihre Eindrücke und Erfahrungen auch im Rahmen des diesjährigen Deutschen Fundraising-Kongresses mit den Besuchern zu teilen.

? Was fasziniert Sie – nach über 40 Jahren – immer noch am Fundraising?

Fundraising ist niemals statisch, nie eingefahren oder gefroren – es ist so dynamisch, ändert sich ständig. Jedes Mal, wenn wir es für unsere Visionen, unsere Mission, unsere Werte einsetzen, verändern wir unsere Umgebung, unsere Gemeinschaften, die Gesellschaft. Wir investieren in Menschen, helfen ihnen, sich zu entwickeln – und bekommen so viel von ihnen dafür zurück. Ehrlich gesagt, Fundraising begeistert mich immer noch mehr als alles andere, was ich tue. Denn es erzielt Wirkung.

? Geht es beim Fundraising nicht vorrangig um das „schnöde" Geld?

Nein, das ist doch nur die Oberfläche! Es geht um Beziehungen, darum, sich mit faszinierenden Menschen zu verbinden. Deshalb ist es für mich Inspiration und tägliche Motivation, es ist Glück; ich bin so dankbar, dass ich mit meinem Beruf die Welt ein Stück besser machen kann.

? Was ist die wichtigste Fähigkeit, die man als Fundraiserin braucht?

Man muss zuhören können. Gute Fundraiser sind gute Zuhörer: Sie fragen, sind ehrlich interessiert am Gegenüber. Sie wollen wissen, was den anderen wirklich bewegt. Und da gibt es keinen Unterschied zu guten Führungskräften: The best leaders are the best listeners.

? Und was zeichnet gute Fundraiser sonst noch aus?

Sie haben Visionen. Sie haben die Fähigkeit über das Naheliegende, zum Beispiel die Finanzierung eines Projektes, hinaus zu schauen, sie entwickeln Bilder von einer besseren Zukunft – und können darüber erzählen. Allerdings müssen sie zwischen Dringlichem und Wichtigem unterscheiden lernen. Viele von uns sind in Gefahr, sich im Dschungel der täglichen Aufgaben zu verlieren. Fundraiser aber haben die Aufgabe, den Weg aus dem Dickicht des Alltags hinaus weisen zu können – und zwar indem sie immer wieder auf die Vision hinweisen und sich und ihre Organisationen darauf fokussieren.

? Echte Führungsqualitäten …

Ja! Fundraiser inspirieren ihre Kollegen und Förderer, sie informieren sie über Lösungen und sie können feiern, denn sie sind begeistert von ihren Erfolgen – und teilen sie.

? Wir wollten über Fundraising sprechen – aber ständig geht es um Führung …

Ja, Fundraising ist Führung! Und sehr interessant: Man muss gar nicht in einer formellen Führungsposition sein, um als Fundraiser seine Organisation anzuführen. Wenn man die Vision verkörpert und das Geld reinholt, ist man prinzipiell in einer starken Rolle. Man hat eine zentrale Position inne. Ich nutze dafür gern das Bild der Sanduhr: Wir Fundraiser nehmen die Position an der Engstelle wahr – in der Mitte zwischen der Organisation und „ihrer" Community. Wir sind das Bindeglied, wir sind am Puls der Zeit, wir können Trends

Bündnisse schließen“

ahnen. Was dann noch an einer formellen Führungsrolle fehlt, ist: das Handwerkszeug des Führens zu lernen. Und damit beginnt man bei einem selbst: Man muss zunächst lernen, sich selbst zu führen.

? Sieht das in vielen Organisationen nicht ganz anders aus?

Formell ja! Auch in den USA sind viele Fundraiser nicht im Vorstand beziehungsweise der Geschäftsführung ihrer Organisationen vertreten. Und insbesondere haben sie wenig Einfluss auf die Erstellung des Budgets. Gleichzeitig aber sollen sie das Defizit verringern oder es zumindest ausgleichen. Das ist eine große Hürde. Die gilt es zu überwinden. Dafür brauchen wir Veränderungen, Führungsstärke.

? Eine zu große Aufgabe?

Nein, wir dürfen uns nicht bescheiden! Vielleicht ist das auch der Grund, warum ich mit der Berufsbezeichnung „Fundraiser“ hadere. Ehrlich gesagt, finde ich, dass dieser Begriff uns eher behindert. In den USA hat er eine negative Konnotation. Und die werden wir nicht los. Die Menschen – gerade auch innerhalb unserer Organisationen – halten das Fundraiser-Sein nur für einen Job. Das reicht aber nicht! Wir wollen inspirieren, begeistern, anführen. Ich weiß nicht, wie es bei Ihnen ist, aber mir gefällt „Ressource Development“ viel besser. Und was wir machen, ist Philanthropie. Unser Verband in der Gesundheitsbranche hat sich daher in „Association for Healthcare Philanthropy“ umbenannt.

? Wie gut kennen Sie das Fundraising in Europa?

Seit 1990 bin ich in jedem Jahr in Europa unterwegs – nehme unter anderem regelmäßig am Internationalen Fundraising-Kongress teil – und habe viel zugehört. Dabei habe ich den Eindruck gewonnen, dass die Zivilgesellschaft in Europa zum Teil stärker entwickelt ist als in Nordamerika. Sie sind oft mutiger, klarer, fokussierter, erhalten daher mehr Aufmerksamkeit – sind kampagnenfester als wir. „Fridays for Future“ ist ein gutes Beispiel.

? Wo sehen Sie Ähnlichkeiten?

Auf beiden Seiten des Atlantiks haben wir ein ähnliches Generationenproblem in der Zivilgesellschaft: Die Nach-68er-Generation tritt ab. Viele Führungspositionen in der Zivilgesellschaft müssen neu besetzt werden. Aber es fehlt an gutem Führungs-Nachwuchs aus dem mittleren Management der Organisationen – und die jungen Leute haben Erwartungen, denen ihre Arbeitgeber nicht gerecht werden. Viele wechseln die Branche. Es gibt daher Experimente mit Quereinsteigern aus der Wirtschaft. Ob das die Lösung ist? In jedem Fall müssen die Organisationen mehr in ihr Fundraising und ihre Führungskräfte investieren.

? Was ist der wichtigste Trend, dem wir uns stellen müssen?

Wir – die Fundraiser und die Zivilgesellschaft – können die Welt nicht allein retten. Sie ist in einem schlechten, sehr gefährdeten Zustand: All diese empörende Armut, die unendlich vielen Obdachlosen und Hungernden, die wachsende Ungleichheit, die Zerstörung der natürlichen Lebensgrundlagen … Und manche unserer bedeutendsten politischen Anführer lügen und sind schreckliche Vorbilder. Die westliche Welt steht an einem Scheidepunkt. Um sie, unsere Gesellschaften und unsere kleinen Gemeinschaften zu retten, müssen wir starke Bündnisse schließen: Bündnisse aus Basisbewegungen, aus Stiftungen, der Wirtschaft, der Forschung und auch aus staatlichen Institutionen. Dies ist unsere Welt, lasst uns zusammen Wege suchen, wie wir sie erhalten!

Kay Sprinkel Grace war zunächst Journalistin und Pädagogin, bevor sie als Quereinsteigerin das Fundraising für die Stanford-Universität übernahm. 1989 machte sie sich mit einem Beratungsunternehmen selbständig. Seitdem berät sie Medienhäuser, Kliniken, Universitäten, kulturelle Einrichtungen sowie Organisationen aus den Bereichen Soziales, Umweltschutz und Kirche – aber auch lokale Selbsthilfegruppen. Kay Sprinkel Grace ist eine vielgefragte Buch- und Zeitschriften-Autorin sowie Rednerin und Dozentin bei nationalen und internationalen Kongressen und Konferenzen. Schon seit Jahrzehnten wird sie immer wieder vom Internationalen Fundraising-Kongress in Noordwijkerhout/Niederlande als Keynote-Speaker geladen.

In den USA wurde sie für ihr Fundraising- und soziales Engagement vielfach ausgezeichnet, darunter mit der „Henry A. Rosso Medaille“ für ihr Lebenswerk, die ihr die Lilly Family School of Philanthropy der Indiana University verliehen hat. Im März 2020 wurde sie mit dem „Fundraiser of the Year“-Award der Association of Fundraising Professionals ausgezeichnet.

Seit 2013 hat sie mit Kollegen aus Kanada, der Slowakei and der Tschechischen Republik das „Leaders of Tomorrow“-Programm aufgebaut, dessen Ziel der Ausbau der Zivilgesellschaft in Osteuropa ist. Dieses ausgesprochen anspruchsvolle Leadership-Programm wird ab 2021 auch in deutscher Sprache angeboten.

Im Rahmen des Deutschen Fundraising-Kongresses leitet Kay Sprinkel Grace gemeinsam mit Jan Uekermann und Christian Osterhaus eine Masterclass mit dem Thema „Ihre nächste Station: Führungsrolle in der Zivilgesellschaft“.

Alter Weg wird neuer Weg

Telefonakquise und Top-Spender: Es ist möglich

Im Beratungsalltag stellen sich immer wieder die gleichen Fragen: Wie kann ich erfolgreich Großspender ansprechen? Und wie kann ich mich insbesondere in Zeiten der Medienflut von der Masse abheben? Über welche Kommunikationswege kann ich erfolgreich mit meiner Zielgruppe in den Dialog treten?

Von JÖRG SCHEPERS

Grundsätzlich können wir Folgendes festhalten: Die Aufmerksamkeitsspanne von Menschen ist besonders am Telefon tendenziell sehr kurz. Was Spender interessiert, muss mit ihrer Situation zu tun haben und ihre Emotionen wecken. Sonst verpufft es. Daher sollte es Ihr Anliegen sein, einen Termin mit der Großspenderin oder dem Großspender zu vereinbaren, um in einem persönlichen Gespräch die Einladung, zu spenden, zu platzieren. Die telefonische Terminvereinbarung oder Kontaktaufnahme ist ein wesentliches Instrument von Fundraisern.

Telefonakquise im Fundraising-Alltag

Doch die telefonische Akquise, insbesondere von Großspenderinnen und Großspendern, stellt viele Fundraiser immer wieder vor große Herausforderungen. Damit Sie auch im oftmals stressigen Alltag telefonisch erfolgreich Termine mit Großspendern vereinbaren können, gilt es, einige Voraussetzungen zu beachten:

Blocken Sie sich Zeitfenster für die Telefonakquise in Ihrem Kalender. Denn nur, wenn Sie sich in eine positive Grundstimmung (was benötigen Sie im Einzelnen dafür?) bringen, können Sie authentisch und selbstbewusst Akquise-Erfolge am Telefon erzielen. Jeder kann Akquise! Mit Lust und einer hohen Bereitschaft zur ständigen Reflextion der einzelnen Telefonate haben Sie schnell Erfolg. Die glaubwürdige Identifikation mit der eigenen Tätigkeit und die Besonderheit Ihrer Arbeit beziehungsweise bestimmter Projekte verschaffen Ihnen schnell Gehör. Mit einer klaren Zielsetzung erhöhen Sie durch ein fokussiertes und erfolgreiches Telefonat Ihre Chancen auf einen Termin.

Nur durch ein Telefonat auf Augenhöhe können auch ein Dialog und eine Beziehung entstehen.

Gute Vorbereitung ist die halbe Miete

„Vorbereitung ist das A und O", so heißt es. Wir wissen aus dem Leben, dass auch genau das stimmt. Wer sehr gut vorbereitet ist, kommt zu seinem Ziel. Eine Akquise-Liste von Personen mit den angestrebten Beträgen ist daher ein sehr konkretes Hilfsmittel.

Die zwei wichtigsten Bereiche für Ihre erfolgreiche Terminvereinbarung

Die Zentrale – Ihr Einstiegstor für eine erfolgreiche Terminvereinbarung.
Das Vorzimmer – Ihre Allianz und Zugbrücke, die Sie zu Ihrer Neuspenderin bzw. Ihrem Neuspender führt.

Erarbeiten Sie sich weitere Anrufchancen und punkten Sie mit einer guten Nachbereitung

Nicht in jedem Telefonat erhalten Sie auch gleich eine Terminvereinbarung. Die Kunst des Akquirierens liegt allerdings darin, für die sogenannten „Jeins" neue Anrufmöglichkeiten zu schaffen bzw. über das Sekretariat die Entscheiderin oder den Entscheider in naher Zukunft von „der Notwendigkeit" einer persönlichen Terminvereinbarung zu überzeugen. Hierzu kann Folgendes hilfreich sein:

- Bestätigen Sie Ihr weiteres Vorgehen wenigstens auf dem Mailweg.
- Ergänzen Sie nach dem Telefonat Ihre Notizen und werten Sie das Gespräch für sich aus – was ist in diesem Telefonat gut gelaufen?
  Was kann beim nächsten Telefonat besser gemacht werden?
- Darüber hinaus ist ein Dank für die Vereinbarung bei den Menschen im Vorzimmer angebracht.

Zusätzlich gilt es zu klären, ob Sie den potenziellen Großspender als Philanthropen (also privat), sein Unternehmen oder gegebenenfalls seine Stiftung für Ihre Arbeit gewinnen möchten. Weitere Informationen zu den Vermögensverhältnissen, den aktuellen Adressdaten, weiteren Hintergrundinformationen und der Einschätzung, ob es sich um einen warmen, lauwarmen oder kalten Kontakt handelt, müssen ebenfalls auf der Akquiseliste vermerkt werden.

Allianz mit dem Vorzimmer

Es empfiehlt sich, Philanthropinnen und Philanthropen anzusprechen, die in noch aktueller Funktion im eigenen Unternehmen tätig sind. Bei Anrufen in den Unternehmen ist es wichtig, sich vorab über die relevanten Mitarbeitenden zu informieren, die im Sekretariat der Geschäftsführung, der Inhaberin bzw. des Inhabers oder Vorstandes arbeiten. Wenn diese Recherchen nicht von Erfolg gekrönt sind, dann hilft auf jeden Fall der Anruf in der Telefonzentrale des Unternehmens, um direkt ins Sekretariat durchgestellt zu werden. Wollen Sie Ihr Gegenüber mit Ihrem Anliegen „nicht überrumpeln", ist es vernünftig, Ihren Anruf im Vorwege über ein individuelles Anschreiben direkt anzukündigen.

Die einfachste, unkomplizierteste und effektivste Art der Terminabstimmung ist also das Telefon. Erfahrungsgemäß führt eine direkte telefonische Abstimmung mit einer größtmöglichen Wahrscheinlichkeit zum gewünschten Gespräch. Dies gilt jedoch nicht bei Terminvereinbarungen mit „privaten" Philanthropinnen und Philanhropen.

Jörg Schepers liebt und lebt für den Vertrieb. Seit 20 Jahren stehen langfristige Kundenbeziehungen mit unterschiedlicher Klientel im Mittelpunkt seiner Arbeit. Bei „Schomerus – Beratung für gesellschaftliches Engagement" verantwortet er seit 2017 die Fachbereiche Vertrieb, Finanzen und Administration. Er war im Bereich Private Banking und Wealth Management der HSH Nordbank für vermögende Privatpersonen zuständig und hat dort den Bereich Philanthropie und Stiftungen aufgebaut. Der gelernte Bankkaufmann hat sich zum Stiftungsmanager und zum Regionalreferent Fundraising weitergebildet. Mit seinen Vertriebserfahrungen im Bereich Wealth Management kennt er die Bedürfnisse von vermögenden Kunden. Jörg Schepers gibt seine Begeisterung für das Thema Telefonakquise in Workshops an Kunden weiter und ist Fachmann in der Terminvereinbarung für Gesprächstermine mit unterschiedlichsten Zielgruppen.

▶ www.schomerus.eu

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: © g-stockstudio / shutterstock

DATA-DRIVEN FUNDRAISING

Story-Telling auf Katholisch?

Der rote Faden der Fundraisingstrategie für eine katholische Hochschule

Kennen Sie eigentlich den Fundraising-Heiligen? Bei dieser augenzwinkernden Frage sind selbst altgediente Fundraising-Kollegen aus dem kirchlichen Bereich neugierig auf meine Antwort. Vielleicht geht es Ihnen an dieser Stelle genauso.

Von MICHAELA WINKLER

Der Heilige Martin teilt seinen Mantel, Edelstahl-Skulptur von Albert Sous in Mainz

Es ist ein Glück für Fundraiser, beim Fundraising-Aufbau für eine Organisation deren Potenziale zu einer Strategie zusammenfügen zu können, die darüber hinaus auch noch Kooperationspotenziale zur Erweiterung der Zielgruppenansprache bietet.

Fundraising im kirchlichen Bereich zeichnet sich durch eine Besonderheit aus: Einerseits bietet der gemeinsame Wertekodex basierend auf einer christlichen Grundhaltung eine gute Basis für Kooperation, andererseits stehen die kirchlichen Einrichtungen als spendensammelnde Einrichtungen zueinander auch in einem konkurrierenden Verhältnis. Beim Aufbau des Hochschulfundraisings für die Katholische Hochschule Mainz war ich auf der Suche nach einer inhaltlich überzeugenden, öffentlichkeitswirksamen, anschlussfähigen Klammer, um die vielbeschriebenen Synergie-Effekte kirchlicher Strukturen für langfristige Kooperationen im kirchlichen Milieu zu nutzen.

Legende vom Heiligen Martin

Meine Auseinandersetzung mit der zur zutiefst menschlichen Geste des Schenkens und Teilens führte mich zur Legende vom Heiligen Martin von Tours, besser bekannt als St. Martin. Die Martin-Legende vermittelt kulturübergreifend leicht die freundliche Geste des Schenkens und Teilens: An einem kalten Wintertag soll Martin seinen Mantel geteilt und eine Hälfte einem nackten, armen Mann geschenkt haben. Diese Überlieferung eignet sich hervorragend, den Akt des Teilens als individuellen Beitrag zur sozialen Gerechtigkeit zu vermitteln. Das St. Martin-Fest ist beliebt und wird jährlich öffentlichkeitswirksam unter Einbeziehung der regionalen Bevölkerung mit verschiedenen regionalen Bräuchen altersübergreifend in den christlichen Religionen praktiziert. Zudem liegt das Martinsfest mit dem 11.11. fundraising-strategisch günstig vor der Weihnachtszeit und Karneval.

In den fünf Trägerbistümern der Katholischen Hochschule Mainz – Köln, Limburg, Mainz, Speyer und Trier – finden sich neben vielen Martinskirchen weitere interessante Anknüpfungspunkte zu St. Martin: St. Martin als Schutzpatron sowie Leitfigur des pastoralen Zukunftsweges des Bistums Mainz; die Martinus-Diözesanbibliothek in Mainz; die Mittelroute Via Sancti Martini – ein vom Europaparlament beauftragter europäischer Kulturweg, der durch Speyer, Mainz und Trier führt; der jährliche Martini-Empfang der Katholischen Kirche in Rheinland-Pfalz; der verkaufsoffene Mantelsonntag in Mainz mit rund 80 000 Besuchern sowie ein großes rheinland-pfälzisches Möbelgeschäft mit Martin als Teil des Firmennamens.

Vielfältige Anknüpfungspunkte

„Teilen" entwickelte sich zum zentralen Leitgedanken der Fundraisingstrategie für die Katholische Hochschule Mainz, der gut zu dieser Hochschule als Ort des Teilens passt: Rund 100 Lehrende teilen Zeit, Wissen und Erfahrung mit 1400 Studierenden – den zukünftigen Fach- und Führungskräften für die Gestaltung einer sozialen Zukunft. Meine Fundraisingaufgabe bestand letztlich darin,

auf der Basis der St. Martins-Strategie Maßnahmen zu entwickeln und erzählend Kooperationen zu schmieden, um interessierte Menschen als Förderer zu gewinnen. Zwei Bereiche möchte ich hier kurz skizzieren:

Die Fäden zusammenbringen

Der eine trägt den Titel „Good books – good studies", ein Fundraising-Projekt am Mantelsonntag in Mainz. Im Rahmen des Theorie-Praxis-Projektes „Fundraising" beteiligten sich Studierende im Bachelor-Studiengang Soziale Arbeit mit Unterstützung der Werbegemeinschaft Mainz, der Stadt Mainz und einem großen Möbelmarkt mit Namensbezug mit einer Fundraising-Aktion zugunsten der Hochschulbibliothek der Katholischen Hochschule Mainz. Der zweite Bereich sind Legat-Veranstaltungen entlang der Route des Teilens – der Via Sancti Martini. Dazu gehören Spaziergänge mit der geistlichen Mentorin der Katholischen Hochschule als ein offenes Kontaktangebot. Stiftungsveranstaltungen finden im Lesesaal der Hochschule und Erbschaftsveranstaltungen in Kooperation mit kirchlichen Einrichtungen in den Bistümern statt.

Die Reihe „KH on Tour – Erfahrung, Erkenntnis und Wissen für gesellschaftliche Veränderung teilen" startete mit der Vorstellung einer Bachelor-Arbeit zur Altersarmut in der Martinus-Bibliothek Mainz anlässlich des bundesweiten Vorlesetages.

Neue Kontakte

Teilen zieht sich als roter Faden durch alle Fundraising-Aktivitäten an der KH Mainz. Die ersten Erfahrungen zeigen, dass die mit der Martinsstrategie verbundenen Veranstaltungen im katholischen Milieu anschlussfähig sind, sich vielsprechende Kooperationen und Kontakte zu neuen Fundraising-Zielgruppen auf der Route des Teilens ergeben. Ich bin gespannt, welchen roten Faden Sie für Ihre Einrichtung entwickeln und welche berühmte regionale oder fiktive Persönlichkeit Ihnen dabei als Pate zur Seite steht. Mit einer guten Idee wird Storytelling spannend. ◘

Michaela Winkler,
Dipl.-Sozialarbeiterin, Fundraiserin, Stiftungsmanagerin (DSA) und Major Donor Fundraiserin, ist seit August 2018 in der Stabsstelle Private Hochschulförderung/Fundraising der Katholischen Hochschule Mainz tätig. Seit 2016 ist sie zudem mit ihrer bundesweiten unabhängigen Spenden- und Stiftungsberatung „Begeistern für Gutes" freiberuflich unterwegs.
▶ www.kh-mz.de
▶ www.martinus-gesellschaft.de

Die QR-Rechnung kommt

Digitalisierung des Zahlungsverkehrs stellt Schweizer NGOs vor Herausforderungen

Ab 30. Juni 2020 wird in der Schweiz die sogenannte QR-Rechnung eingeführt. Sie wird den Zahlungsverkehr via Einzahlungsschein (ESR und ES) ablösen. Wie bei der Umstellung auf das SEPA-Verfahren wird es eine Übergangsphase geben. Wann die gewohnten Bezahlfunktionen dann endgültig abgeschafft sein sollen, ist weiterhin unklar. Fundraiser stehen der Einführung mit gemischten Gefühlen gegenüber.

Von JAN UEKERMANN

Die Hauptspendergruppen sind auch in der Schweiz die älteren Generationen. Dass sie die Umstellung verstehen und mitmachen, ist für die meisten Organisationen zentral. Claudio Capaul, Leiter Finanzen und Controlling bei „Menschen für Menschen Schweiz", fasst einen entscheidenden Faktor der Neuerung zusammen: „Wichtig ist zuerst einmal, dass unsere angestammte Spendergruppe, die Generation 50plus, keine große Umgewöhnung vornehmen muss." Dank des QR-Codes, der sich zukünftig auf jeder Rechnung und jedem Zahlschein finden soll, können Organisationen zwar unkompliziert crossmedial Spenden erhalten – und auf diesem Weg neue Zielgruppen erschließen. Doch keine Organisation kann es sich leisten, ihre angestammte Zielgruppe zu verlieren. Beim Swissfundraising Day 2019 stand das Thema „QR-Rechnung" bereits weit oben auf der Agenda. Von den dort vertretenen Organisationen hatten sich gut 60 Prozent konkret Gedanken über das Thema gemacht. Ob die neue QR-Rechnung eher Vor- oder Nachteile bringt, bewerteten die Hälfte der Befragten positiv.

Zurückhaltung bei den NGOs

Die Tendenz bezüglich der Einführung der QR-Rechnung im Spendensektor ist, zurückhaltend zu agieren und abzuwarten, bis sich die Spender an das neue Verfahren gewöhnt haben. Dennoch müssen die NGOs ihre Hausaufgaben machen, denn die QR-Rechnung ist beschlossene Sache. Ein Hauptaugenmerk liegt auf der neuen Gestaltung des Zahlteils im Mailing. Die Möglichkeiten sind gering, teilweise eingeschränkter als bisher. So ist beispielsweise nur noch Schwarz als Farbe zulässig und die Abbil-

dung des Zewo-Logos (das Schweizer Pendant zum DZI) ist nicht erlaubt. Die Herausforderung wird darin bestehen, eine Wiedererkennung zu den aktuell genutzten Zahlscheinen herzustellen. Mehr Spielraum und damit Einsparpotenzial wird es dagegen bei der Wahl der Papierqualität geben.

Die vielleicht größere Herausforderung wird beim Thema Datenverarbeitung liegen. Egal, wann eine Organisation umstellen will, sie muss zum 1. Juli 2020 wissen, wie sie eingehende QR-Rechnungen verarbeitet. Denn die Umstellung betrifft nicht nur die Spendenverbuchung, sondern das gesamte Rechnungswesen. Kommt die Rechnung eines Dienstleisters mit QR-Code, muss sichergestellt sein, dass bei der Parallelnutzung mit dem alten Verfahren keine Fehler passieren. Stichwort: Rückwärtskompatibilität von QR-Rechnungs-Referenz zu ESR-Referenz. Hier besteht das Risiko, dass Zahlungen zurückgewiesen werden oder Fehlgutschriften passieren, wenn QR-Rechnungen als ESR bezahlt werden.

Spenden und Verwalten wird einfacher

Wo liegen die Vorteile für Spender und Organisationen? Wenn sich alle Beteiligten mit dem neuen Verfahren angefreundet haben und alles glatt läuft, wird das Bezahlen und Spenden einfacher. Der QR-Code macht manuelles Ausfüllen von Zahlscheinen oder Online-Banking-Masken überflüssig und gewährt Wahlfreiheit, auf welchem Weg gespendet wird: am Schalter, online zuhause oder mobil unterwegs. Und das Schmankerl für die Organisationen, das uneingeschränkt positiv bewertet wird, ist die elektronische Übermittlung der vollständigen, korrekten Adressdaten des Spenders – was in der Schweiz datenschutztechnisch erlaubt ist. Hat man bisher hier keine Informationen oder handschriftliche Einträge, die zunächst entziffert und dann manuell in die Datenbank eingepflegt werden müssen, entfällt dies dank der neuen Regelung.

Kommunikation entscheidet

Der weitere Erfolg des Fundraisings in der Schweiz wird nicht ausschließlich von der Zahlungsart abhängen, sondern von der Kommunikation mit den Zielgruppen. Die muss auch bei diesem Thema oberste Priorität haben. Spender sollten frühzeitig mit auf die „QR-Journey“ genommen werden, damit sie ebenfalls lernen können, wie die neuen „Zahlscheine“ funktionieren.

Advertorial

800 000 Gründe, Ihre Spenderadressen zu pflegen

Der originellste Spendenbrief nützt wenig, wenn die Adresse darauf falsch ist. Allein in der Schweiz ziehen jährlich rund 800 000 Personen um. Wer als NPO seine Spenderadressen nicht laufend aktualisiert, geht daher ein echtes Risiko ein:

- Die durchschnittlichen Kosten für jede unzustellbare Sendung betragen rund 6 Franken.
- Ohne Adresspflege kann die Anzahl Spender in 5 Jahren um bis zu 40 Prozent sinken.
- Ein Brief mit fehlerhafter Adresse kann beim Empfänger das Gefühl fehlender Wertschätzung wecken.

Gut also, wenn Sie einen Partner an Ihrer Seite haben, der jeden Briefkasten und jedes Postfach in der Schweiz kennt. Nutzen Sie die erstklassigen Adressdaten der Schweizerischen Post, um Ihre Spenderadressen zu pflegen. Das können Sie selbst erledigen oder den Experten der Post überlassen. Ihre Vorteile: Die Spendenbriefe kommen auf Anhieb ans Ziel. Unzustellbare Sendungen reduzieren Sie auf ein Minimum. So ersparen Sie sich viel Rechercheaufwand und die Kosten für einen Wiederversand. Wie die Adresspflege funktioniert? Hier erfahren Sie es:

▶ **www.post.ch/kunden-erreichen**

In der Schweiz ziehen rund 800 000 Personen pro Jahr um. Wenn NPO ihre Spenderadressen regelmässig aktualisieren, kommen die Spendenbriefe trotzdem an.

EuGH-Entscheidung zu Cookies

Was NGOs für ihren Internetauftritt beachten sollten

Die Internetwelt wartet seit Jahren auf die lange angekündigte E-Privacy-Verordnung der EU, die unter anderem über die Verwendung von Cookies auf Webseiten Klarheit schaffen soll. Doch diese Verordnung lässt auf sich warten.

Von Dr. ERWIN LAMMENETT

Am 1. Oktober 2019 hat der Europäische Gerichtshof im Urteil EuGH C-40/17 quasi einen Vorgriff auf die lang ersehnte Verordnung gemacht. Er hat im Grunde ein bestehendes Gesetz (DSGVO) konkretisiert. Es ist nunmehr klar, dass die Verwendung nicht notwendiger Cookies eine aktive Einwilligung des Users erforderlich macht. Nicht notwendige Cookies sind beispielsweise Statistik-Cookies für Google Analytics oder Matomo oder Marketing-Cookies für Re-Marketing-Aktionen. Nicht notwendig sind auch Cookies von Dritten, zum Beispiel YouTube oder Facebook, die automatisch gesetzt werden, wenn ein Webseitenbetreiber etwa ein YouTube-Video einbindet. Im Grunde hat der EuGH eine in Deutschland bereits jetzt verbindliche Rechtslage geschaffen. Dies kam für die meisten Websitebetreiber vollkommen überraschend.

Folgen und Risiken

Bei strenger Interpretation der Sachlage ist bereits heute die Verwendung von technisch nicht erforderlichen Cookies ohne Einwilligung rechtswidrig. Sie verstoßen gegen Art. 6 der DSGVO. Es besteht daher das Risiko, dass die Aufsichtsbehörde hiervon erfährt, beispielsweise durch eine Anzeige eines unzufriedenen Kunden oder eines Mitbewerbers, und dem Fall nachgeht. Ein Verstoß kann dann mit einem Bußgeld geahndet werden. Die Höhe eines solchen Bußgeldes ist seit Inkrafttreten der DSGVO am 25. Mai 2018 sehr empfindlich. Die Strafen für DSGVO-Verstöße reichen bis 20 Millionen Euro, oder im Fall von Unternehmen bis zu vier Prozent des gesamten weltweit erzielten Umsatzes des vorangegangenen Geschäftsjahres. Gegebenenfalls gesellen sich weitere Bußgeldtatbestände hinzu, wie zum Beispiel ein fehlendes Verarbeitungsverzeichnis. Auf all diese Sachverhalte wird die Aufsichtsbehörde normalerweise erst in Zusammenhang mit der erwähnten Anzeige aufmerksam.

Es stellt sich daher die Frage, was Webseitenbetreiber heute tun können, um die erforderliche Einwilligung einzuholen? Ein Lösungsansatz ist der Einsatz einer so genannten Content-Managment-Plattform (CMP).

Alte Cookie-Skripte haben ausgedient

Eine Cookie- oder Content-Management-Plattform tut genau das, was der Name schon sagt. Sie managt die Cookies einer Website und holt von den Besuchern die Einwilligung zur Verwendung von Cookies ein. Dabei bringt die CMP die rechtlichen Anforderungen in Einklang mit den

Anforderungen aus dem Marketing. Denn aus Marketingsicht möchte eine Institution natürlich möglichst viele Cookies einsetzen können, um Marketing-Aktivitäten optimal aussteuern zu können. Im Detail bedeutet das: Das CMP holt eine Einwilligung ein, die der Nutzer aktiv erteilen muss. Sie darf nicht schon per Default voreingestellt („angekreuzt") sein. Aber Cookies dürfen erst gesetzt werden, nachdem die Einwilligung erfolgt ist. Das haben einfache Cookie-Skripte häufig nicht getan. Sie haben oft nur als Benachrichtigungsinstrument fungiert und bieten kein sofortiges Opt-out. Das Setzen von Cookies ohne Einwilligung wird von einfachen Cookie-Skripten nicht verhindert. Demnach muss ein gesetzeskonformes Tool vor der Einwilligung alle nicht technisch notwendigen Cookies blockieren. Die bis dato gängigen Cookie-Skripte leisten das nicht.

Informationspflicht

Im Idealfall scannt das CMP die Website und klassifiziert die gefundenen Cookies. Nicht identifizierte Cookies können manuell einer Kategorie zugewiesen werden. Die Klassifizierung erfolgt unter anderem nach Zweck – denn genau dazu sieht das Gesetz ja eine Informationspflicht vor. Der Webseitennutzer muss zwingend über alle Details der eingesetzten Cookies informiert werden. Auch darüber, ob Dritte Zugriff auf den Cookie erhalten. Die meisten CMPs bieten daher in der Einwilligungsbox einen Link, der zu derartigen Informationen führt. Die Einwilligungen können in Gruppen zusammengefasst sein und müssen nicht für jedes Tool einzeln erklärt werden. Webseiten-Besucher sollten ihre Zustimmung nachträglich widerrufen oder Einstellungen ändern können. Im Idealfall verfügt das CMP über Mechanismen wie A/B-Testing, welche eine hohe Zustimmungsrate fördern.

Aktuell ist ein Hype um CMPs ausgebrochen. Manche Anbieter erhalten 100 und mehr Anfragen am Tag. Doch es gibt große Unterschiede; sowohl in funktionaler und preislicher Hinsicht als auch in puncto Handhabung und Integration. Genaues Hinsehen lohnt sich.

Dr. **Erwin Lammenett** ist Online-Marketing-Experte der ersten Stunde. Er war lange Geschäftsführer einer Internetagentur und arbeitet heute als unabhängiger Berater, Redner und Fachbuchautor. 2006 veröffentlichte er die Erstauflage des heutigen Standardwerks „Praxiswissen Online-Marketing". Seit Mitte 2019 arbeitet er eng mit der Fundraising- und Kommunikationsagentur „GRÜN alpha" zusammen.
▶ **www.lammenett.de/EuGH.**

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

Einfach mal freundlich fragen!

Leadgenerierung erweitert die Möglichkeiten von Face-to-Face-Fundraising

Es ist wieder „Grüne Woche“ in Berlin. Menschenmassen drängen sich auf dem Gelände rund um den Berliner Funkturm – und mittendrin ein Stand des WWF. In den letzten Jahren sah die Umweltorganisation diese Veranstaltung wegen der riesigen Abfallmengen, die 400 000 Besucherinnen und Besucher produzieren, durchaus kritisch. Auch dieses Jahr wieder ein Thema, doch gleichzeitig nutzt die Organisation das Event auch selbst für eine Spendenaktion.

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Ausgangspunkt der Idee waren Erfahrungen beim klassischen Face-to-Face-Fundraising: „Viele Passanten wollten lieber eine Spende geben, als sich über Jahre mit einer Mitgliedschaft oder Patenschaft zu binden. Deshalb haben wir überlegt, ob wir auch im Face-to-Face einen niedrigschwelligen Ansatz finden, um Leads zu generieren“, erläutert Ricarda Raths, Leiterin Fundraising beim WWF Deutschland, ihre Strategie. Leads sind in dem Fall Adressen der Spontanspender, die so in das Fundraising der Organisation eingebunden werden können.

SMS-Leads waren ein Flop

Der erste Versuch war allerdings ein Flop. „Wir wollten die Passanten bitten, einfach eine SMS-Spende von fünf Euro zu tätigen, um dann mit ihnen per Telefon oder Adresse weiter zu kommunizieren. Doch wir haben die Verbreitung von Prepaid-Karten unterschätzt, die keinen Geldtransfer zulassen“, erinnert sich Raths. So kam nur ein Teil der zugesagten Spenden bei uns an. Der neue Versuch jedoch klappte. Auf der „Grünen Woche“ 2020 war der WWF mit einem populären Thema unterwegs: Jeder Spender und jede Spenderin konnte auf Wunsch einen Baumsetzling zum Einpflanzen erhalten. Praktischer Klimaschutz also. Das zog an und passte zur „Mitnahmemesse Grüne Woche“. „Zum Schluss haben gar nicht alle der 5000 Kleinspender einen Setzling mitgenommen, aber für uns war das ein Riesenerfolg“, so Raths. Und nicht nur wegen der etwa 10 000 Euro Bareinnahmen. „Auch konnten wir 11 000 Euro pro Jahr über dauerhafte Weltwaldförderschaften gewinnen. Die Besucher sahen sich über das sympathische Einstiegsgespräch offenbar motiviert, doch eine langfristige Bindung einzugehen.

Leads sind Start in die Donor Jouney

Die Adressen der Spenderinnen und Spender wurden auf der Messe datenschutzkonform geworben mit der Einwilligung für weitere Werbung. So können die Spender auch weiter kontaktiert werden. „Wir legen je nach Aktion passgenaue Journeys fest, indem wir nach dem ersten Kontakt die Spenderinnen und Spender zunächst nach Themen befragen, die sie interessieren, um dann eine bedürfnisorientiere Strecke von Angeboten zu Aktionen und Spenden auszuspielen“, erläutert Raths das Vorgehen.

Bei einem ähnlichen Event wurde danach für eine monatliche Spende von 30 Euro geworben. Zehn Prozent der Adressaten nahmen das Angebot an. „Natürlich ist Face-to-Face nicht billig, aber ich glaube, dass solche Aktionen auch kleinere Organisationen umsetzen können, weil man dafür nicht die Top-Dialoger braucht“, erklärt Raths. „Es geht ja meist nur um eine kleine Bitte zum Mitmachen, das trauen sich auch Ehrenamtliche zu!“ Wichtig ist aber die Strategie, wie man die Interessenten danach betreut und anspricht. „Ich glaube, die Menschen kommen so sehr sympathisch mit der Organisation in Kontakt und wissen unser Engagement danach auch besser einzuschätzen“, so Raths. „Einige Grüne-Woche-Spender haben uns sogar Fotos von ihren eingepflanzten Baumsetzlingen geschickt!“ Eine gute Basis für eine tragfähige Spenderbeziehung.

Dieses Ergebnis zeigt, dass auch im Face-to-Face neue Wege gegangen werden können. Eine gute Gelegenheit, sich darüber auszutauschen, bietet die erste internationale Face-to-Face-Konferenz vom 17. bis 19. November 2020 in Wien.

Dialog Direct®

Der härteste Job der Welt?

Galileo testet den DialogerJob

Galileo

Seminare und Tagungen im Überblick

MÄRZ

Fundraisingtag NRW
26.03., Gelsenkirchen
www.fundraisingtage.de

Fundraising TAGE
GELSENKIRCHEN,
26. MÄRZ 2020
INFORMATIONEN & ANMELDUNG
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: Unternehmenskooperationen für Vereine und NPOs – Wie Sie diese gewinnbringend gestalten
27.03., Köln
www.npo-academy.com

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

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

Basiskurs Freiwilligenkoordination
30.03.–01.04., Berlin
www.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

FACHTAGE
„DIGITALES FUNDRAISING“
&
„UNTERNEHMENS-PARTNERSCHAFTEN“
22. April 2020 in Kassel

Seminar: Einführung in das professionelle Fundraising – Wie Sie Spender und Sponsoren für Ihre gute Sache gewinnen
02.04., Hannover
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Öffentlichkeitsarbeit für Vereine – PR, Werbung und Digitalisierung im Verein
02.04., Münster
www.freiwilligenagentur-muenster.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

Zertifizierter Fundraising-Lehrgang in 5 Modulen
09.04.–10.09., München
www.ibpro.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!

11. Berliner Stiftungswoche
14.–24.04., Berlin
www.berlinerstiftungswoche.eu

Seminar: Storytelling – Wie Sie aus Fakten, Werten und Visionen Geschichten entwickeln, die begeistern
15.04., Wien
www.npo-academy.com

Seminar: Einführung von Office 365 bei NPOs – Chance für eine optimale Digitalisierung
16.04., Hamburg
www.schomerus-npo.de

Intensivlehrgang: Fundraising
19.–24.04., Muntelier
www.vmi.ch

Seminar: Die gemeinnützige GmbH
20.04., Frankfurt am Main
www.endriss.de

Weiterbildung: CAS Nonprofit Governance & Leadership 2020
20.04.–11.06., Basel
ceps.unibas.ch

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

Alle im Boot?! Schwer erreichbare Zielgruppen in Beteiligungsprozesse einbeziehen
24. & 25.04., Essen
www.mitarbeit.de

Seminar: Fundraising-Grundlagen für kleine und mittlere Stiftungen
27.04., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Seminar: Die gemeinnützige GmbH
27.04., Berlin
www.endriss.de

Seminar: Online-Fundraising für kleine und mittlere Stiftungen
28.04., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Seminar: Strategisches Management und Management-Modelle in NPO
28.04., Berlin
www.bfs-service.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

Seminar: DSGVO und ePrivacy für Vereine und soziale Unternehmen – von der Hysterie zur täglichen Praxis
29.04., München
www.ibpro.de

Workshop Modul 1: Finanzwissen für Vereine – Vereinsführung und Vereinskontrolle im Überblick
29.04., Wien
gemeinnuetzig.at

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

Fortbildung CSR-Manager/-in
04.05.–18.09., Berlin
www.fundraisingakademie.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

Stiftungstagung „Regulatorische Herausforderungen bei der Vermögensanlage"
05.05., Zürich
www.ppcmetrics.ch

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

re:publica 2020
06.–08.05., Berlin
www.re-publica.de

Seminar: Kapital-Kampagne – Fundraising für größere Investitionen
07.05., Stuttgart
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Fundraising und Spendenverwaltung mit CiviCRM
07.05., Leipzig
www.5knoten.de

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**

14. DIGEV-Praxisseminar Fundraising und Erbrecht
07.05., München
digev-ev.de

Seminar: Online-Fundraising
08.05., Frankfurt am Main
www.fundraisingakademie.de

Fundraising TAGE
STUTTGART (FILDERSTADT), 28. MAI 2020
INFORMATIONEN & ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

Seminar: Erfolgreich Fördermittel einwerben und gewinnbringend Anträge stellen – von Aktion Mensch bis Zontas
11.05., München
www.ibpro.de

Seminar: Digitale Ansprache und Zusammenarbeit von und mit Engagierten – Wie geht das?
11. & 12.05., Berlin
ehrenamt.de

Seminar: Digitale Werkzeuge erleichtern die Vereinsarbeit?!
11. & 12.05., Berlin
www.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

Seminar: Fördermittel für gemeinnützige Projekte
13.05., Leipzig
foerder-lotse.de

Seminar: Testamente und Vermächtnisse – Was Vereine, Stiftungen und NPOs für eine rechtssichere Zuwendung beachten müssen
13.05., Köln
www.npo-academy.com

Seminar: Erbschaftsfundraising für Vereine und NPOs
14.05., Köln
www.npo-academy.com

Seminar: Professional „Sales" Training für Unternehmenskooperationen und Großspenden Wie Sie Entscheidungen Ihrer Partner steuern
14.05., Berlin
www.npo-academy.com

Fundraising Forum Niedersachsen
14.05., Hannover
www.fundraising-forum-niedersachsen.de

Seminar: Digitalisierung der Stiftungsarbeit. Möglichkeiten und Tools
14. & 15.05., Berlin
www.stiftungsakademie.de

Seminar: Die gemeinnützige GmbH
18.05., Köln
www.endriss.de

Seminar: Arbeit, Beschäftigung und Bildung: Förderung im Europäischen Sozialfonds (ESF)
18. & 19.05., Berlin
www.emcra.eu

Fundraising Forum Frankfurt 19. MAI 2020
Frühbucherrabatt bis 30. April 2020

Seminar: Arbeit, Beschäftigung und Bildung: Förderung im Europäischen Sozialfonds (ESF) und in der Sozialgesetzgebung (SGB)
18.–20.05., Berlin
www.presseportal.de

Fundraising Forum Frankfurt
19.05., Frankfurt am Main
fundraising.ekhn.de

Seminar: Einführung von Office 365 bei NPOs – Chance für eine optimale Digitalisierung
20.05., Berlin
www.schomerus-npo.de

Seminar: Stiftungsvermögen zeitgemäß und verantwortungsbewusst anlegen – Wie Sie mit Aktien & Co. Ihren Stiftungszweck erfüllbar halten
20.05., München
www.ibpro.de

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

Seminar: Markenpositionierung – Ein wichtiger Faktor für ein erfolgreiches Fundraising
25.05., Essen
www.fundraisingakademie.de

Intensivlehrgang: Wege zu Management Excellence
25. & 26.05., Freiburg
www.vmi.ch

Basiskurs Freiwilligenkoordination
25.–27.05., Berlin
ehrenamt.de

Seminar: Fundraising und Öffentlichkeitsarbeit – DER Schlüssel zum Erfolg!
25.–27.05., Frankfurt am Main
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Bildungsfundraising – Vorgehen, Besonderheiten und Erfolgsfaktoren
26.05., München
www.npo-academy.com

Seminar: Stiftungsmanagement – Die Grundlagen
26.05., Stuttgart
www.stiftungsakademie.de

Workshop: Einführung Major Donor Fundraising: Grossspender*innen gewinnen und binden
27.05., Zürich
www.kampagnenforum.ch

Civil Society for eSD 2030 – Civil Society Pre-conference for the UNeSCO World Conference
27.–29.05., Berlin
venro.org

Fundraisingtag Stuttgart
28.05., Stuttgart
www.fundraisingtage.de

Seminar: Newsletter
28.05., Wien
www.fundraising.at

JUNI

Seminar: Kommunikation, Öffentlichkeits- und Medienarbeit für Verwaltungen und Vereine
02.06., Berlin
www.kbw.de

Kurs: Ich bin (bald) Vorstand – und jetzt? Ein Überblick über die wichtigsten Aufgaben, Rechte und Pflichten eines Vorstands
03.06.–29.09., Berlin
ehrenamt.de

Vereinsgipfel 2020
06.06., Weißwasser
www.vhs-dreilaendereck.de

Seminar: Online-Fundraising und Mobile Spendensammeln
08.06., München
www.ibpro.de

Deutscher Stiftungstag
17./18. Juni 2020
Leipzig
www.stiftungstag.org

Intensivlehrgang: Modernes Medientraining für NPO
08. & 09.06., Freiburg
www.vmi.ch

Seminar: Engagementförderung in der Kommune
08. & 09.06., Berlin
ehrenamt.de

Seminar: Von der Großspende zur Erbschaft
08. & 09.06., Kassel
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Stiftungen in der Kommune: Stiftungsaufgaben, -formen und -recht
09.06., Berlin
www.kbw.de

Seminar: Kampagnen-Strategie
12. & 13.06., Berlin
www.campaigning-academy.com

Intensivlehrgang: Freiburger Management-Modell für NPO
14.–19.06., Sigriswil
www.vmi.ch

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

18. Juni 2020
Kursaal, Bern

Swiss-Fundraising-Day

swissfundraisingday.ch

Seminar: Erfolgreiche Lobby-Arbeit für Social-Profits und Social-Business
17.06., München
www.ibpro.de

Seminar:
Die Stiftungsgeschäftsführung
17.06., Berlin
www.bfs-service.de

Deutscher Stiftungstag 2020
17. & 18.06., Leipzig
www.buergerstiftungen.org

SwissFundraisingDay 2020
18.06., Bern
swissfundraising.org

Fachtagung Sciencefundraising
18.06., Wien
www.fundraising.at

Seminar: Große Förderer finden, verstehen, gewinnen und binden
19.06., München
www.ibpro.de

Seminar: Die gemeinnützige GmbH
22.06., Stuttgart
www.endriss.de

Fundraising TAGE
BERLIN,
24. SEPTEMBER 2020
INFORMATIONEN & ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

Seminar: Fördermittel für gemeinnützige Projekte
25.06., Frankfurt am Main
www.foerder-lotse.de

Seminar: Warum Menschen spenden – Motive von Förderern berücksichtigen und strategisch Beziehungen aufbauen
25.06., Köln
www.fundraisingakademie.de

Einführungsseminar: Projektförderung für gemeinnützige Organisationen – Zuwendungen von Stiftungen und öffentlicher Hand
25. & 26.06., Berlin
www.kbw.de

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

Seminar: Digitales Storytelling für NPOs
29.06., Wien
www.fundraising.at

Seminar: Professionalisierung des Stiftungsrats
29.06.–01.07., Bern
www.rochester-bern.ch

JULI

Seminar: Einführung in das professionelle Fundraising – Wie Sie Spender und Sponsoren für Ihre gute Sache gewinnen
10.07., Stuttgart
www.fundraisingakademie.de

Seminar: Das Event zur Spenderbindung – emotional ansprechen, langfristig binden
10.07., München
www.ibpro.de

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

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 oder 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!

GELSENKIRCHEN · DONNERSTAG, 26. MÄRZ 2020
STUTTGART · DONNERSTAG, 28. MAI 2020
DRESDEN · DONNERSTAG, 10. SEPTEMBER 2020
POTSDAM · DONNERSTAG, 24. SEPTEMBER 2020
MÜNCHEN · FEBRUAR/MÄRZ 2021

INFORMATIONEN UND ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

EINE VERANSTALTUNGSREIHE DES
Fundraiser magazin

Vom Profit zu Non-Profits

Fundraising-Weiterbildung für Umsteiger aus Vertrieb und Marketing

Fundraiser werden nach wie vor händeringend gesucht. Gleichzeitig gibt es viele erfahrene Fachleute aus Vertrieb und Marketing, die ihren Job lieben, ihre Fähigkeiten aber künftig in den Dienst der guten Sache stellen wollen. Das Spannende an diesen Personen: Sie haben in der Wirtschaft bereits viele Fähigkeiten und Kenntnisse erworben, die für erfolgreiches Fundraising relevant sind. Talents4Good, Schomerus und das Major Giving Institute bieten deshalb zwei Orientierungs-Workshops für potenzielle Umsteiger an. Ziel ist, einen fundierten Einblick in den Non-Profit-Sektor und das facettenreiche Berufsbild Fundraising zu geben, Raum für Fragen und Diskussion zu lassen und den Teilnehmern so die Möglichkeit zu geben, für sich zu entscheiden: Fundraising – könnte das etwas für mich sein?

Fundraising für Fachleute aus Vertrieb und Marketing – Workshop zu Berufsbild, Arbeitsmarkt und Weiterbildungsmöglichkeiten am 14. Mai in München und am 3. September in Berlin
▶ www.talents4good.org/talente/fundraising_workshop/

NPO academy
Berlin • Köln • München • Wien • Zürich

Sehr geehrte Fundraiserin,
sehr geehrter Fundraiser,

Sie sind an hochwertiger und kompakter Fortbildung im Fundraising interessiert? Sie möchten Ihr Wissen zu ganz spezifischen Fundraising-Themen vertiefen?

Dann kommen Sie zu unserem **Zertifikatslehrgang „Fundraising in NPOs“** oder einem unserer **mehr als 70 internationalen und nationalen Fundraising-Spezialseminare** an unseren Standorten in Berlin, Köln, München, Wien und Zürich!

Wollen Sie **Ihre Kompetenzen** in anderen Bereichen wie zum Beispiel **Öffentlichkeitsarbeit & Kommunikation, Finanzen & Controlling, Marketing** oder **Personalwesen** mit Lehrgängen und Seminaren, welche die Besonderheiten von Non-Profit-Organisationen berücksichtigen, vertiefen oder ausbauen? Sind Sie auf der Suche nach **international ausgerichteten Weiterbildungsangeboten in englischer Sprache**, um sich auf zukünftige Aufgaben vorzubereiten?

Dann besuchen Sie uns auf:

www.npo-academy.com

Wir bringen Sie weiter!

Ihre NPO-Academy

Kurzgefasst …

Gute Texte

Erfolgreiche Korrespondenz mit Spenderinnen und Spendern: Die NPO-Academy vermittelt in einem eintägigen Seminar am 12. Mai in Berlin, wie man in der Kommunikation mit Spendern erfolgreich deren Perspektive einnehmen kann. Inhaltlich geht es dabei auch um Beschwerde, Kündigung, Nachfrage und Lob sowie um die Sprachstile jeweiliger Spendergruppen.
▶ www.npo-academy.com

Vereinsgipfel 2020

Am 6. Juni heißt es in Weißwasser „Was Vereine bewegt“. Dann richtet die „Volkshochschule Dreiländereck“ den als Vereinsgipfel bekannten Weiterbildungstag für Ehrenamtler, Engagierte und Vereinsaktive aus. Experten aus dem gesamten Landkreis stellen sich den Fragen und vermitteln unentbehrliches Wissen für die gemeinsame Arbeit. Für die Teilnahme ist eine vorherige Anmeldung nötig.
▶ www.vhs-dreilaendereck.de

Persönlichkeit und Motivation

Die richtige Einstellung ist bekanntlich bereits die halbe Miete. Deshalb erläutert Doris Voll am 12. Mai in Berlin für die Fundraising-Akademie, was es mit der Persönlichkeits-System-Interaktions-Theorie auf sich hat und wie man aktuelle Erkenntnisse der Hirnforschung im Fundraising-Alltag gewinnbringend einsetzen und die Spenderbindung verbessern kann.
▶ www.fundraisingakademie.de

Großspendenfundraising

Am 27. Mai lädt das Kampagnenforum nach Zürich. Dort erläutert Jan Uekermann vom Major Giving Institute, wie man die Sache mit den Großspenden am besten angehen kann. Die Teilnehmer müssen nicht unbedingt bereits Erfahrungen im Fundraising haben. Vermittelt werden die zehn wichtigsten Faktoren, um nachhaltig und langfristig Spenden einwerben zu können.
▶ www.kampagnenforum.ch

Google AdWords & AdGrants

Werbung mit Google AdWords ist ganz einfach. Die Grundlagen dafür vermittelt ein Seminar des „Fundraising Verbands Austria“ am 25. Mai in Wien. Analyse, Test und Optimierung: Alles ist im Programm enthalten. Natürlich sind alle Details ganz konkret auf die Bedürfnisse von NGOs im Alltag zugeschnitten. Das Seminar eignet sich auch für Einsteiger.
▶ www.fundraising.at

Drei Fragen an … Eva Hieninger

Der Fachtag „Digitales Fundraising“ findet am 22. April 2020 zum zweiten Mal statt

? Was erwartet die Teilnehmer des Fachtages „Digital Fundraising“ in Kassel in diesem Jahr?

Aufgrund des Feedbacks vom letzten Jahr haben wir das Programm und die Formate etwas umgebaut. Es gibt in diesem Jahr zwei Tracks – einen für Einsteiger und einen für Profis. Der erste richtet sich an die Teilnehmer mit wenig Wissen im Digital-Fundraising. Hier können sie sich Input zu den Themen E-Mail-Marketing, SEO, Tracking und Social-Media-Fundraising holen. Im Track für die Profis beschäftigen wir uns mit den Themen Life-Cycle-Management und integrierte Kampagnen, Facebook-Fundraiser und Data Driven Fundraising. Wir versuchen, allen Bedürfnissen gerecht zu werden und gleichzeitig das Lernen untereinander zu fördern.

Eva Hieninger …

… ist Partnerin und Managing Director der getunik GmbH und berät NGOs zu den Themen Online Marketing, Fundraising und Campaigning. Für den Deutschen Fundraising-Verband leitet sie die Fachgruppe Digitales..

? Worauf freust du dich am meisten?

Ich würde mich freuen, wenn auch Offline-Fundraiser teilnehmen würden. Digitales Fundraising bedeutet nämlich nicht nur Online-Fundraising. Bei der Digitalisierung einer Organisation sind alle involviert und gefordert. Die digitalen Fundraiser haben viel Know-how bezüglich Trends und Tools. Die analogen Fundraiser haben viel Historienwissen. Theorien und Methoden beim Printmailing lassen sich, zum Beispiel auf E-Mail-Marketing, übertragen. Je vielfältiger das Publikum, desto fruchtbarer der Austausch.

? Wo siehst du noch Entwicklungspotenzial im Digitalen Fundraising?

Ein großes Thema beim Fachtag 2019 war das Silo-Denken, das in vielen Organisationen nach wie vor vorhanden ist. Wer spenderzentriertes Fundraising betreiben will, muss dafür sorgen, dass alle Gewerke miteinander reden und Lösungen finden, um ihre Maßnahmen und Kommunikationsinhalte zu integrieren. Spender sind nicht entweder online oder offline – sie sind überall, und so müssen auch die einzelnen Maßnahmen aufeinander abgestimmt sein.

Fachtag „Digitales Fundraising“ im Rahmen des Deutschen Fundraising-Kongresses am 22. April in Kassel ▶ www.fundraising-kongress.de

F2F

Nov. 17th-19th 2020
Vienna, Austria

Face2Face **Congress**

Learn, **engage** and **connect** with F2F fundraising professionals from all over the world.

Topics: Ethical Standards & Self-Regulation - Business Models
Recruitment & Team Motivation - Donor Journey
Innovation & Technology - General Topics & Strategy

www.f2f-fundraising.com

Gesellschaftlicher Zusammenhalt

Deutscher Stiftungstag lädt nach Leipzig

Erfolgreiche Vermögensanlage ist nur ein einzelner Aspekt der Arbeit von Stiftungen. Entscheidender ist der jeweilige Wirkungskreis, die gesellschaftliche Aufgabe im Konkreten. Damit geraten Stiftungen immer stärker in den Fokus der Öffentlichkeit. Der Beitrag von Stiftungen für die Stärkung und den Erhalt der Demokratie wird immer wichtiger. Genau deshalb suchen Stiftungen auch das Miteinander und kommen im Juni in Leipzig zum Deutschen Stiftungstag zusammen. Diskutiert werden dabei aktuelle Herausforderungen und wie sich die Rolle von Stiftungen mit anderen zivilgesellschaftlichen Bewegungen verknüpfen lässt. Idealerweise resultieren daraus neue Formen des Stiftens, die die Zukunft für kommende Generationen mitgestalten können.

Deutscher Stiftungstag am 17. und 18. Juni in Leipzig
▶ www.stiftungen.org

Glück heute

Die Berliner Stiftungswoche hat sich mit dem Glück ein bemerkenswertes Motto auferlegt. An zehn Tagen präsentieren wieder gut 100 Stiftungen aus Berlin und dem Umland ihre Arbeit. Dem „Glück heute", konkret dem, was Glück in Zeiten von Klimakrise, Umweltzerstörung und politischen Konflikten für den Einzelnen bedeutet, geht Prof. Dr. Antje Boetius in ihrer Stiftungsrede im Allianz-Forum nach. Sie ist Professorin an der Universität Bremen und eine der angesehensten Naturwissenschaftlerinnen Deutschlands.

Berliner Stiftungswoche vom 14. bis 24. April
▶ www.berlinerstiftungswoche.eu

#16dcsrforum

Das Deutsche CSR-Forum versteht sich selbst als ein Forum für Nachhaltigkeit und Zukunftsfähigkeit. Deshalb wollen die Organisatoren Whitewashing als auch Greenwashing vom Tisch fegen, um Platz für einen kollektiven Bewusstseinswandel hin zu tatsächlich nachhaltigem Wirtschaften zu gestalten. Dazu braucht es eindeutig Frühaufsteher. Nach der Preisverleihung am Abend des ersten Veranstaltungstages geht es am Morgen danach nämlich schon um 8 Uhr weiter. Von nix kommt eben nix.

16. Deutsches CSR-Forum am 29. und 30. April in Stuttgart
▶ www.csrforum.eu

Alumni-Konferenz

Der Dachverband der Alumni-Organisationen im deutschsprachigen Raum lädt im Mai ins schöne Heidelberg. Unter anderem widmet sich im Rahmen der dreitägigen Konferenz der Workshop der Steuerberaterin Dr. Kristin Heidler dem Thema „Steuerliche Rahmenbedingungen des Fundraisings bei Alumni-Vereinen – Spenden und Sponsoring". Höhepunkt der Konferenz wird eine Abendveranstaltung in Form einer Schifffahrt auf dem Neckar sein. Und wer noch einen Tag dranhängen möchte, kann am 8. Mai eine Stadtführung mitmachen.

25. Konferenz von alumni-clubs.net
vom 5. bis 7. Mai an der SRH-Hochschule Heidelberg
▶ www.alumni-clubs.net/veranstaltungen

Ererbte Immobilie?

Die Schwerpunkte des 14. DIGEV-Praxisseminars sind die Stellung der gemeinnützigen Organisation als Erbin, ihre Rechte und Pflichten sowie der Umgang mit einer ererbten Immobilie. Daneben werden viele weitere, damit zusammenhängende Fragen erörtert werden. Das Tagesseminar richtet sich an Fundraiser und Mitarbeiter von gemeinnützigen Organisationen, die bereits im Erbschaftsfundraising tätig sind oder planen, damit zu beginnen. Für den gemeinsamen Austausch wird ausreichend Zeit eingeplant.

14. DIGEV-Praxisseminar „Fundraising und Erbrecht“ am 7. Mai in München
▶ **www.digev-ev.de**

Kurzfilm und neuer Preis

Das Fundraising-Forum Frankfurt bietet Neuerungen

Die Evangelische Kirche in Hessen und Nassau bietet anlässlich des diesjährigen Fundraising-Forums Frankfurt nicht nur eine Keynote aus jüdischer Perspektive: Julian Chaim Soussan, Rabbiner der jüdischen Gemeinde Frankfurt, beleuchtet die Tradition des Gebens im Judentum. Zu den gewohnten Seminaren mit vielfältigen Themen kommen aber noch zwei Neuerungen. Zum einen wird ein Fundraising-Kurzfilm seine Premiere erleben. Zum anderen wird in diesem Jahr erstmalig der „EKHN FundraisingPreis 2020“ verliehen. Dabei gibt es gleich mehrere Kategorien: „Bestes Konzept“, „Beste Außenwirkung“, „Beste Kreativität“ und „Beste Fundraising-Glücksgeschichte“. Vorher allerdings laden die Seminare mit Themen wie Erbschaftsfundraising im kirchlichen Kontext, Videos für die Kommunikation mit Spendern oder erfolgreiche Unternehmenskooperationen ein. Der Frühbucherrabatt gilt noch bis 30. April.

Fundraising-Forum Frankfurt am 19. Mai in Frankfurt
▶ **www fundraising.ekhn.de/fundraising-forum**

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

Campaigning

Handwerkszeug für den gesellschaftlichen Wandel

Engagierten aus Vereinen, Stiftungen, politischen Initiativen, Kirchen und Gewerkschaften wird eine einjährige berufsbegleitende Ausbildung zum Campaigner angeboten. Hinter der Campaigning School stecken die Fundraising-Akademie, German Watch und weitere Partner. In einer Mischung aus Präsenztrainings und Online-Modulen werden in einer Gruppengröße von maximal 20 Teilnehmern ab Ende Juni 2020 alle Tools für wirkungsvolle und professionelle Kampagnen vermittelt. Der zeitliche Aufwand wird mit etwa zehn Stunden pro Woche angegeben. Die Studienleitung hat Jens Watenphul inne, Stiftungsprofessor an der Hochschule Ruhr-West. Seine Arbeitsschwerpunkte dort sind Kommunikationsprozesse und Handlungsauslösungen beim Klima- und Ressourcenschutz.

Campaigning und strategische Kommunikation, Ausbildungsbeginn am 22. Juni 2020
▶ www.campaigningschool.de

Unternehmens-kooperationen

Zum 14. Mal treffen sich gemeinnützige Organisationen zum Fundraising-Forum Niedersachsen in Hannover. Schwerpunkt wird in diesem Jahr die Kooperation mit mittelständischen Unternehmen sein. Was ist eigentlich CSR? Wer profitiert von einer Zusammenarbeit? Welche steuerlichen Fragen spielen bei Kooperationen eine Rolle? Wie kommuniziert man auf Augenhöhe? Und was kann man tun, wenn etwas schiefgeht? Außerdem wird Social Media für Non-Profits von der „Hamburg Media School" erklärt werden. Und wenn es etwas mehr sein muss: Kapitalkampagnen für Großprojekte präsentiert die Munich Fundraising School.

14. Fundraising-Forum Niedersachsen am 14. Mai in Hannover
▶ www.fundraising-forum-niedersachsen.de

ASAP

Das Kürzel steht für „as soon as possible" und bezeichnet generell eine gewisse Dringlichkeit. Dieses Motto hat sich die diesjährige Ausgabe der re:publica, das „Festival for the Digital Society", im Mai auf die Fahnen geschrieben. Einer der Redner wird Ruprecht Polenz sein, Politiker und ehemaliger Vorsitzender des Auswärtigen Ausschusses des Deutschen Bundestages. Im Anschluss findet dann am Wochenende das große „Netzfest" statt, draußen und umsonst, bei dem alle Bürger „netzfest" gemacht werden sollen, sprich: fit für eine digitale Zukunft.

re:publica 2020 vom 6. bis 8. Mai in Berlin; Netzfest am 9. und 10. Mai in Berlin
▶ www.re-publica.com

Stiftungstagung

Als steuerbefreite Organisationen genießen gemeinnützige Stiftungen und Vereine große Privilegien. Im Gegenzug nimmt die Politik Einfluss auf ihr Wirken und ihre Anlagetätigkeit. Diesem Thema widmet sich die PPCmetrics-Stiftungstagung im Mai in Zürich. Anhand konkreter Praxisbeispiele zeigen die Referierenden, wie sich Non-Profit-Organisationen diesen Herausforderungen stellen und sie effizient bewältigen können. Unter den Referenten ist Dr. Christoph Degen (proFonds).

Stiftungstagung „Regulatorische Herausforderungen bei der Vermögensanlage" am 5. Mai in Zürich
▶ www.ppcmetrics.ch/de/tagungen

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**

Hashtag & Cat Content

Social Media läuft so nebenbei mit? Kann sein, doch wer Erfolge verzeichnen will, sollte mehr als nur die Grundlagen kennen. Das Praxishandbuch für Twitter, Facebook, Instagram und Co. mit dem klaren Titel „Social Media Marketing" vermittelt neben dem Basiswissen viel Nützliches. Die Autoren zeigen Beispiele aus verschiedenen Branchen – das inspiriert zum Nachmachen. Wie wird eine Social-Media-Strategie erarbeitet? Wie nutze ich Content Marketing? Was sagen mir meine Analyse-Kennzahlen? Und welche rechtlichen Aspekte sind Pflicht? Auf diese und viele andere Fragen findet der Leser kompetente Antworten in diesem Handbuch. Ganz praktisch wird es in den Kapiteln über Videos, Stories und Livestream sowie zu Blogs und Podcasts. Interessant: ein Ausblick auf Chatbots, Messenger und digitale Sprachassistenten. Abgerundet wird das Ganze durch eine Checkliste à la „So machen Sie sich bei Followern unbeliebt".

Corina Pahrmann, Katja Kupka u.a.: Social Media Marketing – Praxishandbuch für Twitter, Facebook, Instagram & Co. Verlag O'Reilly. 2019. 648 Seiten. ISBN: 978-3-96009-106-6. [D] 34,90 €, [A] 35,90, CHF 48,80.

Entspannt

Natürlich wollen wir alle die Welt retten, mehr denn je. Aber wie? Das Problem ist, dass der Mensch komplex ist. Während er auf einem konventionell produzierten Schnitzel herumkaut, prangert er andere für zu häufiges Fliegen an. Der Autor will den Leser, also Max Mustermann und Otto Normalverbraucher, aus keiner Verantwortung entlassen. Er tut aber etwas sehr Erfreuliches. Er sieht von der Geste ständiger Moralisierung ab und sucht nach Alternativen. Damit geht er ein strukturelles Problem an und entwirft „Zehn Gebote zur Ökoerlösung", die er anekdotisch unterlegt, um die Alltagstauglichkeit seines Ansatzes zu testen. Zu allererst macht das gute Laune und motiviert. Also hat Michael Kopatz hier wohl den richtigen Ton getroffen. Man muss mit der Wortwahl seines Slogans „Arsch hoch, liebe Demokraten!" ja nicht einverstanden sein. Aber irgendwie müssen wir uns eben dazu bringen, Strukturen wie auch Gewohnheiten zu ändern.

Michael Kopatz. Schluss mit der Öko-Moral. Wie wir die Welt retten, ohne ständig daran zu denken. oekom Verlag. 2019. 240 Seiten. ISBN: 978-3-96238-131-8. [D] 20,00 €, [A] 20,60 €, CHF 27,95.

© DFRV: Vivian Blümel (Deutsche Gesellschaft für Sonnenenergie e.V.) auf dem DFK19

DEUTSCHER FUNDRAISING VERBAND

Wir stärken **die Kultur des Gebens**

WEITERBILDEN UND VERNETZEN
auf unseren Veranstaltungen

UNSERE FACHTAGE:
- **„Digitales Fundraising"**
  am 22. April 2020 in Kassel
- **„Unternehmenspartnerschaften"**
  am 22. April 2020 in Kassel
- **„Faith + Funds"**
  am 23./24. September 2020 in Erfurt
- **„Fundraising für Stiftungen"**
  am 12. November 2020 in Berlin

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!

Läuft!

Der Titel ist eine klare Ansage. Die Politik redet, tut aber nichts. Die junge Generation geht auf die Straße, demonstriert und muss irgendwann erkennen, dass sie damit nichts erreicht. Also krempelt sie selbst die Ärmel hoch. Das hat zumindest der Jugendrat der Generationenstiftung getan. Acht junge Leute im Alter zwischen 19 und 25 haben die Köpfe zusammengesteckt, aber auch das Gespräch mit Wissenschaftlern gesucht. Herausgekommen ist ein Buch, das nicht als Anklage verstanden werden will (wobei es ohne Anklage natürlich nicht geht), sondern Mut machen will, das Ruder herumzureißen. Dafür haben sie Ideen entwickelt, wie wir als Gesellschaft Herausforderungen wie Klimakrise, sozialer Gerechtigkeit, Demokratie oder Migration begegnen können. Und dank Sorgfalt und Verantwortungsbewusstsein legen die Autoren 100 Forderungen vor, die Hand und Fuß haben. Das Buch bildet damit eine Grundlage, von der ausgehend Diskurse nachvollziehbar geführt werden können.

Der Jugendrat der Generationenstiftung und Claudia Langer (Hrsg.). Ihr habt keinen Plan. Darum machen wir einen. 10 Bedingungen für die Rettung unserer Zukunft. Blessing Verlag. 2019. 272 Seiten. ISBN: 978-3-89667-656-6. [D] 12,00 €, [A] 12,40, CHF 16,75.

Menschlich

Gerhard Traber ist der Arzt der Armen. Der Träger des Bundesverdienstkreuzes behandelt seit mehr als 20 Jahren wohnungslose und arme Menschen. In seinem Buch erzählt er nicht nur von seinen intensivsten Erfahrungen. Er gibt den sozial Benachteiligten eine Stimme und zeigt die Individualität hinter jedem Schicksal. Dadurch wird sein besonderes Interesse an den Menschen selbst deutlich. Traber nimmt sich selbst komplett zurück. Mit seinem umgebauten Sprinter, seinem „fahrenden Sprechzimmer", begibt er sich direkt zu den Betroffenen. Das kommt auch nicht von ungefähr, schließlich wuchs Traber in einem Waisenhaus auf, wo sein Vater als Erzieher tätig war. Benachteiligung und Privilegiertheit lernte er früh kennen.

Der Autor beleuchtet die soziologische Phänomenologie aber auch von akademischer Seite. Traber ist Professor für Sozialmedizin und -psychiatrie. Damit gelingt ihm eine Einordnung, die gemeingültiger Natur ist und zeigt, dass teilweise nicht nur Schicksalsschläge, sondern auch Entscheidungen der Einzelnen deren Weg gestalten.

Gerhard Traber. Der Straßen-Doc. Unterwegs mit den Ärmsten der Gesellschaft. Gütersloher Verlagshaus. 2019. 240 Seiten. ISBN: 978-3-57901-483-8. [D] 20,00 €, [A] 20,60 €, CHF 27,95.

Zukünftig

Das Roman-Herzog-Institut hat sich als Think Tank die Reflexion über die Zukunft der und die Ethik der Sozialen Marktwirtschaft zur Aufgabe gemacht. Der Zukunftsnavigator für 2020 versammelt aktuelle Positionen unterschiedlichster Autoren in einem Band. Überraschend ist dabei, dass die Auseinandersetzungen nicht nur in textlicher Form erfolgt sind. Christine Gallmetzer beispielsweise hat als bildende Künstlerin ihre individuelle Auseinandersetzung bildlich verarbeitet.

Fest steht für alle: Deutschland befindet sich im Umbruch. Und neue gesellschaftliche Konstellationen und Herausforderungen bedürfen neuer Denkmodelle und Ansätze. Entsprechend zukunftszugewandt sind die Beiträge gestaltet. Eingangs wird spekuliert, wie sich unsere Gesellschaft bis zum Jahr 2220 verändern wird. Dem Leser näher sind Beiträge mit griffigen Titeln wie „Globalisierung ist kein Jobkiller" oder „Eigenwohl und Gemeinwohl sind kein Gegensatz". Dabei werden viele aktuelle Fragen aufgeworfen. Das Mitdenken lohnt sich.

Randolf Rodenstock und Neşe Sevsay-Tegethoff (Hrsg.). Der Zukunftsnavigator 2020. Roman Herzog Institut. 2019. 239 Seiten. ISBN: 978-3-64813-565-5. [D] 24,95 €, [A] 25,70 €, CHF 34,85.

Gemeinsam

Mangelnder gesellschaftlicher Zusammenhalt wird immer häufiger beklagt. Wie ist dann in diesem Zusammenhang bürgerschaftliches Engagement zu lesen? Dem geht dieses „Jahrbuch Engagementpolitik 2020" auf den Grund, dessen Herausgeber das Bundesnetzwerk Bürgerschaftlichen Engagements ist. Das Netzwerk selbst wird im letzten Teil des Buches mit aktuellen Zahlen im Detail vorgestellt. Die verschiedenen Texte mit Beiträgen beispielsweise von Katharina Barley („Kommt zusammen und macht Europa stark") oder Stefan Diefenbach-Trommer von der Allianz „Rechtssicherheit für politische Willensbildung" werfen den Blick teils auf kommunale und teils auf die europäische Ebene. Auch widmen sich einzelne Texte konkreten Ansätzen wie Sport oder kulturelle Integration.

Das Buch richtet sich dezidiert an alle Interessenten der Demokratiepolitik aus Vereinen, Stiftungen oder Verbänden und stellt den aktuellen State of the Art vor.

Ansgar Klein, Rainer Sprengel, Johanna Neuling. Engagement und gesellschaftlicher Zusammenhalt. Der Beitrag der Zivilgesellschaft. Wochenschau Verlag. 2019. 216 Seiten. ISBN: 978-3-73440-902-8. [D] 24,90 €, [A] 25,60 €, CHF 34,80.

Handbuch Fördermittel
Das Standardwerk für das Fördermittel-Fundraising

Alles was Verantwortliche von gemeinnützigen Organisationen wissen müssen, um gezielt Zuwendungen von Stiftungen, Lotterien, Förderfonds und vom Staat einzuwerben.

Versandkostenfrei direkt beim Verlag bestellen:

Tel: 09874-322 516
E-Mail: shop@foerder-lotse.de

Oder im Buchhandel: ISBN 978-3-9814394-6-5 (gedrucktes Buch)
ISBN 978-3-9814394-7-2 (E-Book)

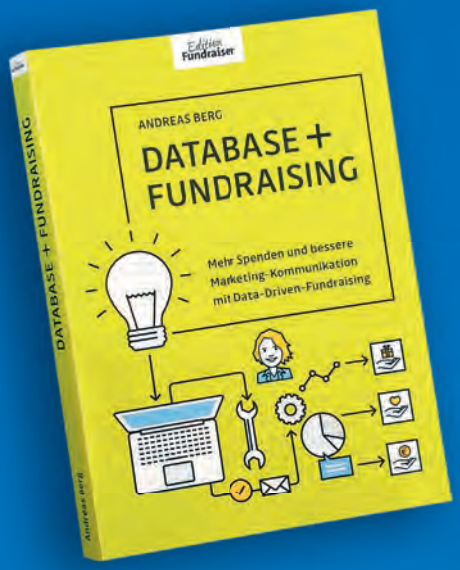
Förderlotse Torsten Schmotz

www.foerdermittelhandbuch.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.

Schlank

Zwar lässt sich Powerpoint mit seinen Funktionen recht einfach meistern. Aber wenn es an Ideen und Inspiration fehlt, kann eine Präsentation schon mal ganz schön trocken sein. Dieses Buch schafft Abhilfe. Viele konkrete Vorschläge zeigen: Weniger ist mehr. Dazu braucht es das nötige Konzept. Der Autor zeigt, dass man damit bereits vor der Erstellung einer Präsentation beginnen muss. Schließlich handelt es sich um einen Akt der Kommunikation, mit dem man etwas erreichen will. Und das gelingt nicht, indem man mal eben schnell was zusammenschustert.

Peter Daiser. Lean Presentation. Das Playbook für schlanke Präsentationen. Verlag BusinessVillage. 2019. 246 Seiten.
ISBN: 978-3-86980-446-0.
[D] 24,95 €, [A] 25,70 €, CHF 34,85.

Blockchain

Die Digitalisierung als Wandel vieler Lebensbereiche ist im Bewusstsein von NGOs verankert. Es lohnt sich immer, einen Blick auf Entwicklungen zu haben, um entscheiden zu können, welche Neuerungen sich lohnen könnten. Blockchain ist so eine und hat nicht ausschließlich etwas mit Krypto-Währungen zu tun. Vielmehr geht es um neue Möglichkeiten der Datenspeicherung und damit auch Datensicherheit und Datenkontrolle. Stichwort: Hoheit über die eigenen Daten. Wer sich als Leser mit den technischen Möglichkeiten vertraut macht, ist in der Lage, ganz neu zu denken.

Christian Million. Crashkurs Blockchain. Einführung, Grundprinzipien, Use Cases. Verlag Haufe. 2019. 206 Seiten.
ISBN: 978-3-64812-345-4.
[D] 24,95 €, [A] 25,70 €, CHF 34,85.

Erfahrungen steuern

Das Buch beschäftigt sich mit Customer Experience, also der Frage, wie sich die Erfahrungen und Erlebnisse eines Kunden mit einem Produkt oder einer Marke steuern lassen. Es ist in fünf Teile gegliedert, wobei der fünfte Abschnitt zu jedem der vorhergehenden Kapitel Praxisbeispiele enthält. Es richtet sich primär an den For-Profit-Bereich, und entsprechend sind die Artikel und Beispiele ausgewählt. Vieles, was hier vorgestellt wird, dürfte aus Sicht der Realität von NGOs wie Science-Fiction erscheinen. Man erfährt aber, warum es das nicht ist und erhält einen Ausblick auf die kurz- bis mittelfristige Zukunft. Der Transfer von der For-Profit-Welt auf eine NPO ist weitgehend gut zu machen, nur die Darlegungen zu B2C sind schwieriger zu übertragen.

Es handelt sich um einen Sammelband mit 21 Artikeln und zwölf Praxisbeispielen. Einige Themen werden von mehr als einem Autor behandelt. Was auf den ersten Blick wie eine Dopplung wirkt, hat aber einen entscheidenden Vorteil. Der Leser bekommt so ein Thema aus unterschiedlichen Blickwinkeln präsentiert. So erfährt man zum Beispiel im Abschnitt zu „Design Thinking“, welche Gestaltungsfehler die Autoren anderer Artikel bei der Erstellung von Personas machen. Oder eben auch umgekehrt, das hängt von der Wertung des Lesers ab.

Auch wenn das nicht für alle Abschnitte gleichermaßen zutrifft, ist das Buch für jeden zu empfehlen, der die Beziehung zu seinen Förderern verbessern möchte und erfahren will, welche Herausforderungen und Möglichkeiten sich jetzt und zukünftig bieten.

Andreas Berg

Stefan Schulte und Torsten Schwarz (Hrsg.). Leitfaden Customer Experience – Wie positive Erlebnisse Kunden binden. Verlag marketing-BÖRSE. 2019. 317 Seiten. ISBN: 978-3-943666-11-3. [D] 39,90 €, [A] 41,10. CHF 55,80.

marketwing®

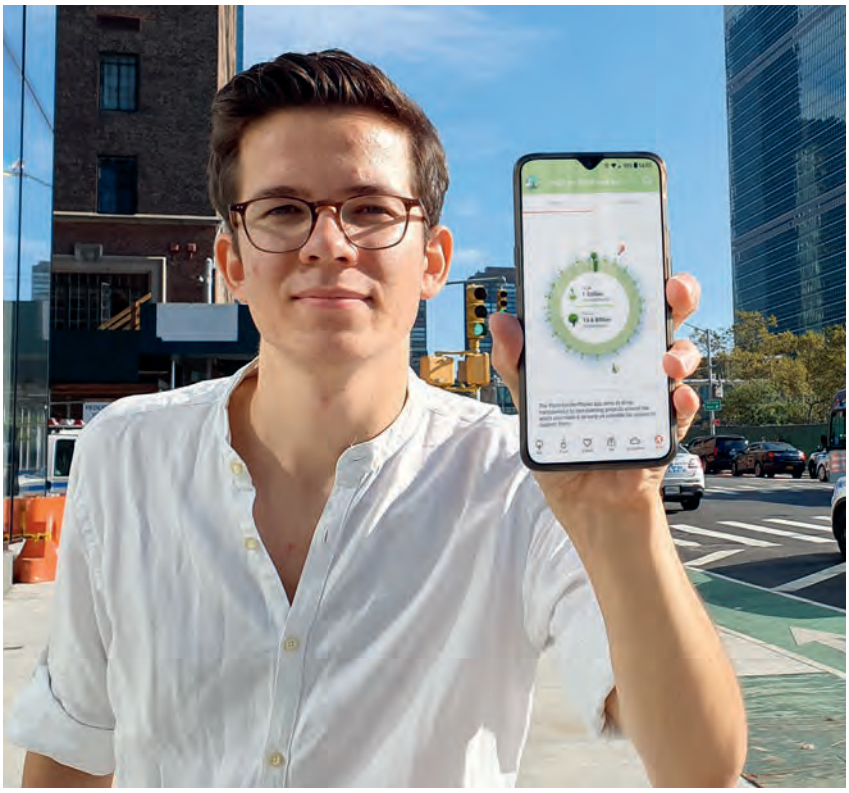
„Die Erde hat Fieber!“

Meet-and-Greet mit Hannes Jaenicke, 23. April, 10.15 Uhr

Treffen Sie Hannes Jaenicke im Anschluss an die Eröffnungsveranstaltung des Deutschen Fundraising Kongresses 2020 in Kassel. Lernen Sie den Schauspieler, Dokumentarfilmer, Buch-Autor und Umweltschutz-Aktivisten kennen und diskutieren Sie in persönlicher Atmosphäre den Zusammenhang zwischen Machtstreben, Profitgier, Umweltzerstörung und Artensterben.

Die Teilnehmerzahl ist begrenzt.
Anmeldung auf www.marketwing.de

Fragebogen: Felix Finkbeiner pflanzt



Von der Schülerinitiative zur globalen Bewegung: Felix Finkbeiner entwarf als Neunjähriger während eines Schulreferats zum Thema „Klimakrise" seine Vision: Lasst uns in jedem Land der Erde eine Million Bäume pflanzen. Inspiriert von der Friedensnobelpreisträgerin Wangari Maathai († 2011), die zusammen mit vielen anderen Frauen in 30 Jahren über 30 Millionen Bäume in Afrika gepflanzt hat, rief er alle Kinder der Welt auf, mitzupflanzen. Damit war Plant-for-the-Planet geboren.

Inzwischen ist Felix Finkbeiner 22 Jahre alt, hat in London Internationale Beziehungen studiert und Praktika unter anderem im Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung absolviert. Derzeit promoviert er an der ETH Zürich, wobei er das Potenzial der Wiederaufforstung auf globaler Ebene untersucht und der Frage nachgeht, welche Regionen vorrangig wiederaufgeforstet werden sollten, um möglichst viel CO_2 gegen die menschengemachte Klimakrise zu binden und so zu helfen, die Zukunft der Kinder zu retten.

Mitmachen kann jeder, mittlerweile auch vom Smartphone aus. Mit der Plant-for-the-Planet-App können die Nutzer mit ein paar wenigen Klicks dazu beitragen, dass weltweit Bäume gepflanzt werden. Sie können dabei zwischen 50 Wiederaufforstungsprojekten wählen. Für 3 Euro kann beispielsweise ein Baum in Brasilien gepflanzt werden, für 100 Euro ganze 1000 Bäume. Ein persönlicher Baumzähler zeigt an, wie viele Bäume durch das eigene Engagement schon eingesetzt wurden. Die App gibt es für Android und iOS oder als WebApp.

▶ www.plant-for-the-planet.org

1. Was wollten Sie als Kind werden?

Vor allem wollte ich den Eisbären retten! Bis ich verstanden habe: Es geht auch um die Zukunft von uns Kindern.

2. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

Extreme Weather – davon spricht Donald Trump, wenn es um die Klimakrise geht. Ein Hohn.

3. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

Effektive Klimaschutzmaßnahmen, das ist die größte Herausforderung der Menschheitsgeschichte!

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

Dasselbe wie heute: Allen sagen, wir müssen Bäume pflanzen und die CO_2-Emissionen senken.

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

Greta – weil sie es geschafft hat, dass das Thema, das für uns alle so entscheidend ist, endlich tagtäglich besprochen wird.

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

Lass uns das größte Aufforstungsprojekt der Menschheitsgeschichte umsetzen und so 15 Jahre im Kampf gegen die Klimakrise geben und Menschen im Globalen Süden Perspektiven!

jetzt per App

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

… ist Fleisch.

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

Mountainbiken

9. Worüber können Sie lachen?

jeden Tag über vieles, gemeinsam mit Freunden und Kollegen

10. Wann reißt Ihr Geduldsfaden?

Wenn Entscheider mit uns nette Selfies machen wollen und uns auf die Schulter klopfen – aber dann nicht handeln für unsere Zukunft.

11. Was war früher besser?

Wir hatten mehr Zeit – aber jetzt haben wir Rückenwind und eine wunderbare Baumpflanz-App!

12. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

am Staffelsee

13. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?

Hat mit 13 Jahren vor den Vereinten Nationen gesagt, dass wir 1000 Milliarden Bäume brauchen. Und 2030 sollte dann ergänzt werden, dass die Menschheit das geschafft hat!

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

… eine Investition, deren Wirkung wir vervielfachen können.

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 drei Exemplare des Förderlotse-Handbuchs „In 5 Schritten zur Förderung Ihres gemeinnützigen Vorhabens" von Torsten Schmotz, welches am 15. März 2020 in neuer, überarbeiteter Auflage herauskommt. Das Buch eignet sich besonders für Verantwortliche in NPOs, welche für ihre Arbeit Zuwendungen von Stiftungen, Lotterien, Förderfonds oder vom Staat einwerben möchten. Einsteiger in die Thematik erhalten eine Schritt-für-Schritt-Anleitung. Leserinnen und Leser mit mehr Erfahrung können das Werk zur Vertiefung einzelner Themen, wie Internetrecherche oder Verwendungsnachweis, und als Nachschlagewerk für die tägliche Praxis nutzen. Eine Vielzahl von konkreten Praxisbeispielen, Musterprojekte, 40 Checklisten und ein Glossar mit ausführlichem Stichwortverzeichnis erleichtern die Umsetzung in die Praxis.

Und falls Sie keine Fördermittel benötigen, gewinnen Sie vielleicht an Erkenntnis – mitspielen lohnt sich also auf jeden Fall. Viel Spaß!

1 Die Zukunft des Fundraisings ist digital. Unser Beitrag dazu aus dem Archiv stammt aus dem Jahr:

A) 2008
B) 2018
C) 1998

2 Es gibt noch Tickets: Berliner Olympia-Stadion am 12. Juni 2020 – welches Ereignis wird dann stattfinden?

S) Relegationsspiel HSV vs. Hertha BSC
T) Rolling-Stones-Abschiedskonzert
U) Demokratie-Festival

3 Protest-Hühner vor dem Firmensitz des Sandwich-Konzerns Subway: Wer hat die da aufgestellt?

G) Welttierschutzgesellschaft
F) Albert-Schweitzer-Stiftung
H) Kentucky Fried Chicken

4 In der Schweiz wird die QR-Rechnung eingeführt. Das gilt auch für Zahlscheine von NGOs. Wann ist der Stichtag?

B) 30.06.2020
D) 01.10.2020
G) 01.01.2021

5 Leadgenerierung ist in aller Munde, auch beim niedlichen Panda vom WWF. Wo war er deshalb unterwegs?

Y) Genfer Auto-Salon
Z) Wiener Opernball
A) Grüne Woche Berlin

6 Von der Schülerinitiative zur globalen Bewegung: Wie alt war Felix Finkbeiner, als er Plant-for-the-Planet gründete?

O) acht
U) neun
E) zehn

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 30. April 2020. Viel Glück!

Sie wollen **Spenderinnen und Spender** inspirieren?

Wir erzählen Geschichten, die bewegen.

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

Möchtegern-Feminist Fabian F. Fröhlich will Gerechtigkeit

Leute, wir müssen mit der Zeit gehen! Ich sage nur: Gleichstellung der Geschlechter. Als jemand … also ein Mensch, der mit Sprache arbeitet, will ich da ein gutes Beispiel sein. So habe ich die Idee eines Facebook-Freundes aufgegriffen: „Macht doch mal ein ganzes Magazin nur in der weiblichen Form. Männer können sich einfach mit angesprochen fühlen." Diese Vorschlägin kam in der Redakteurinnenkonferenz, an der auch männliche Mitarbeitende teilnehmen, sehr gut an. Die Chefin gleich so: „Deine Entwürfin der Artikelin möchte ich bis zur morgigen Feierabendin auf meiner Schreibtischin vorfinden." Wenn sie das so sagt, ist das quasi eine Befehlin. Ich bin voll motiviert!

Während meine Computerin hochfährt, hole ich mir ein koffeinhaltiges Heißgetränk. Mist, die Automatin ist schon wieder kaputt! Dann wenigstens schnell ein Lungenbrötchen. Beim Rauchen treffe ich die Nerdinnen aus der IT-Abteilung. Ich erzähle ihnen stolz von meiner Aufträgin. „Du weißt schon, dass Gendersternchen und -gap bei SEO nachrangig ausgespielt werden?", gibt die oberschlaue Tim zu Bedenken. What? Google und Co. sind misogyn? „Algorithmen sind auch nur Menschen …" So was ist wieder typisch Computerfritzinnen – aber wir wollen ja nicht abschätzig über Minderheiten sprechen!

Während wir da so gleichberechtigt vor der Tür rumstehen, hält die UPS-Botin im Halteverbot. Ob wir mal schnell mit anpacken könnten, die Pakete wären nämlich schwer. Ja, da sind ja auch die neuen Flyerinnen drin für die Fundraisingtäginnen. Derweil hat sich auf der Straße eine kleine Stauin gebildet. Zwei Bussinen und ein paar Autos. Die Fahrerinnen hupen schon, eine schimpft laut aus dem Fenster: „Macht mal hin, ihr Deppen, ich muss den Fahrplan einhalten!" Ich fürchte, es bringt jetzt nichts, ihr zu erklären, dass es korrekt Deppinen heißen müsse, und sie ihre Vorständinnen bei der Verkehrsgesellschaft mal auf die fehlende Gendergerechtigkeit des Wortes Fahrplan hinweisen solle. Es fahren ja schließlich auch Frauen mit, die wollen auch pünktlich befördert werden.

Puh Leute, die Gegenwindin in der Alltägin macht es uns nicht leicht! Ich ziehe meine Hütin vor allen Personen, die sich jede Tägin mit dem Thema beschäftigen. Wir haben da noch eine ganz weite Wegin vor uns. Und das sagt euch eine, die es wissen muss – eine alte weiße Männin.

PS: Shitstormin bitte an meinung@fundraiser-magazin.de.

Kaufen Sie mein Buch und unterstützen Sie damit den Feingeist der Redaktion!

(denn das F. in meinem Namen steht für … na eben!)

„Das Letzte – Kolumnen aus dem Fundraiser-Magazin"
für Leser/innen des Fundraiser-Magazins NUR 10 EUR
Taschenbuch, 100 Seiten, bestellen unter:
▶ shop.fundraiser-magazin.de

Ausgabe 3/2020 erscheint am 25. Mai 2020 u. a. mit diesen Themen

- Donor Journey
- Instagram und TikTok für NGOs
- Kryptowährung als Spende

… und natürlich mit den Themen, die Sie uns schicken an *redaktion@fundraiser-magazin.de*

Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 3/2020 ist der 30.03.2020.

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)351 8762 7-70, 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)351 8762 7-80, Fax: +49 (0)351 8762 7-79
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 3/2020, die am 25.05.2020 erscheint, ist der 30.03.2020.

Fotonachweise:
Titelbild, S. 4 (THEMA) & S. 20: Markus Schwer; S. 3: René Grodde/atri.eu; S. 4 (MENSCHEN): www.juliabaier.de; S. 4 (projekte) & S. 40: Christian Houdek; S. 4 (STIFTUNG) & S. 48: Robert Kneschke; S. 6: René Grodde/atri.eu; S. 10: Hartmut Schwarzbach; S. 11: PrettyVectors@AdobeStock; S. 12: Ute Schirmack; S. 14 (LÜBBERT) & S. 16 (HEINISCH): Marko Pultke; S. 18: Judith Wagner; S. 22: Till Brüggemann; S. 23: Max Menning (WERNHARD); S. 33: Sebastian Engels; S. 36: Paul Glaser (STEHFEST); S. 42 & 96 (42): Fernando@AdobeStock; S. 46 (LINKS) & 96 (46): Albert Schweitzer Stiftung; S. 46: René Grodde/atri.eu (NITZSCHE); S. 50: Krakenimages.com@AdobeStock; S. 51: Béatrice Devènes; S. 55: Pat Scheidemann (KULSCHEWSKI); Gerald Jarausch (POTTHAST); S. 56: F. Scotti (BERTHOUD-JURY); Sabine Haehlen (TEUWSEN); Jens Schulze (P_TZNER); S. 57: Four Paws | Adrian Almasan (PFABIGAN); S. 70: Aaron Amat@fotolia.com; S. 71: foto@fotoraum-reinhold.de; S. 73: Thomas Ahrendt; S. 74 & 96 (74): phoderstock@AdobeStock; S. 76: artinspiring@AdobeStock; S. 77: Bernd Kratz; S. 78 & 96 (78): Mario Böhl; S. 96: Helder Almeida@fotolia.com (32); S. 98: oza@fotolia.com, alle anderen PR / Archiv / privat

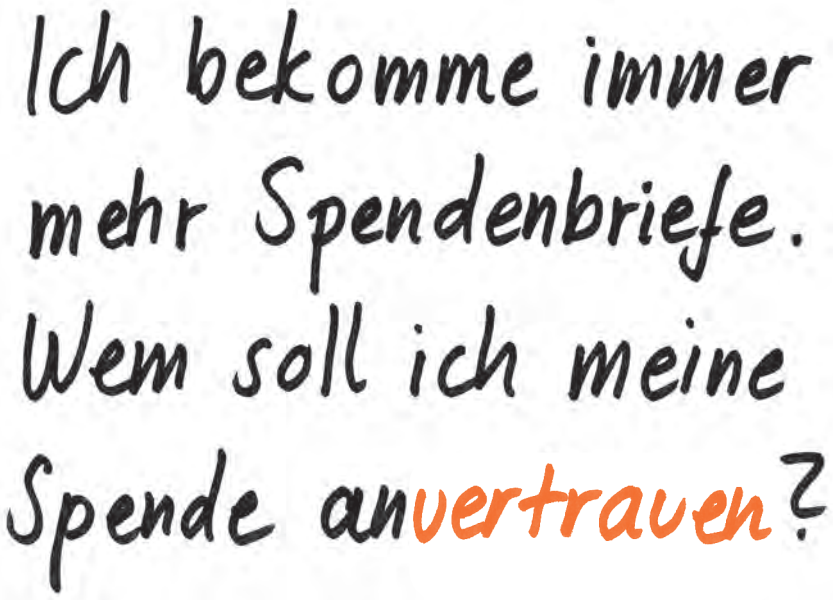
In Zusammenarbeit mit der
Fundraising Akademie

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