ISSN 1867-0563

Fundraiser Ausgabe 5/2014

Fundraiser magazin

Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen

Aktuell

Österreichs Zivilgesellschaft im Wandel

Civil Society Index zeigt fundierte Analyse

Praxis

Dein ist mein ganzes Herz?

Die größten Irrtümer im Donor-Relationship-Management

Serie

Non-Profit-Arbeit für Einsteiger

Von Ehrenamt bis Minijob: Bezahlung, Versicherung, Sozialabgaben, Rechte

Superheld/in (Vollzeit)

Karriere im Fundraising: Chancen, Wege, Perspektiven

Menschen
Dietmar Hopp, Hussein Kurji und Sabine Volkert im Interview

Projekte
Organisationen stellen sich, ihre Arbeit, Aktionen, Ziele und Missionen vor

fundraiser-magazin.de
Aktuelle Themen, Texte und Termine jederzeit und überall. Natürlich auch auf Facebook und Twitter!

WOMIT MÖCHTEN SIE HEUTE SPIELEN?

FUNDRAISEANALYSER

Spielerisch und kreativ mit Ihren Spenderdaten umgehen? Auch ungewöhnliche Selektionen schnell und einfach selbst ziehen? Mit dem Fundraise Analyser gar kein Problem.
Und das Beste: Der Fundraise Analyser funktioniert mit jeder gängigen Spendenverwaltung.
Mal hören, wie das geht? Dann freuen wir uns auf Ihren Anruf unter 0 48 21 / 9 50 20!

stehli software dataworks. Die Komplettlösung für Fundraiser. Alle Infos auf www.stehli.de

DAS RECHENZENTRUM FÜR FUNDRAISER

STEHLI SOFTWARE DATAWORKS

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,

kennen Sie die Comedy-Serie „Stromberg“, die den Büroalltag einer Versicherung aufs Korn nimmt? Millionen Zuschauer können sich darüber köstlich amüsieren. Der Spielfilm dazu wurde 2011 über Crowdfunding finanziert und gilt als beliebtes Beispiel für den Erfolg des Schwarminvestments. Aber könnten wir genauso lachen über eine TV-Serie, welche die Absurditäten aus dem Non-Profit-Sektor karikiert? In Kenia laufen die ersten Episoden von „The Samaritans“. Sie zeigen eine „Nicht-Regierungs-Organisation, die nichts tut“, sagt der Schöpfer der Serie, Hussein Kurji, im Interview mit unserem Autor Paul Stadelhofer und verrät auch, wie die Reaktionen aus dem Hilfssektor ausfallen. Wer selbst Ideen zur Story der Serie beisteuern will, kann das online tun – eventuell haben Sie ja Lust dazu …

Jede Organisation kann nur so gut sein, wie die Menschen, die dort arbeiten. Das Thema „Karriere im Fundraising“ beschäftigt unsere Redaktion schon länger. Welche Ausbildung gibt es? Welche Berufswege sind typisch? Welche Voraussetzungen muss die Fundraiserin/der Fundraiser erfüllen? Und was tun NGOs, um ihr Personal weiterzubilden? In unserem Themenspecial finden Sie Antworten auf diese Fragen und erfahren auch, wie in den USA und im deutschsprachigen Raum Headhunting im Fundraising zum Einsatz kommt. Fakt ist: Spezialisten im Sozialmarketing sind gefragt und stark umworben.

Weiterbildung, Kontaktpflege, über den sprichwörtlichen Tellerrand schauen – dafür bieten sich jetzt im Herbst wieder zahlreiche Möglichkeiten: beispielsweise der Fundraising Kongress Austria und der NPO-Kongress in Wien, der KulturInvest-Kongress in Berlin, der IFC in den Niederlanden, die ConSozial in Nürnberg und zahlreiche regionale Fundraising-Veranstaltungen. Auch das Fundraiser-Magazin lädt wieder zum Fundraisingtag nach Dresden und Potsdam ein. Ab Seite 62 dieser Ausgabe finden Sie einen guten Überblick. Unseren Fundraising-Kalender können Sie übrigens auch online kostenlos für Ihre Recherche nutzen: www.fundraising-kalender.de.

Eine spannende Lektüre wünscht Ihnen
Ihre

Daniela Münster
Chefredakteurin

direct punkt
Agentur & Lettershop

Winter 2014
Zeit für erfolgreiche Spendenmailings!

Sprechen Sie mit den Trägern des Deutschen Fundraisingpreises 2013!

Frank Mittelstedt
Tel. 040/23 78 60-0
service@directpunkt.de

Eberhard Renn
Tel. 08193/93 71 910
renn@directpunkt.de

www.directpunkt.de

Menschen

10 **Dietmar Hopp**
Reichtum verpflichtet. Doch dieser Grundsatz allein erklärt nicht das großzügige Engagement des SAP-Gründers. Es mache ihm einfach Freude, über die Dietmar Hopp Stiftung zu helfen, sagt der Mäzen im Interview. Außerdem spricht er über seine Leidenschaft für den Sport.

54 **Hussein Kurji**
ist Schöpfer der Comedy-Serie „The Samaritans“, die die Arbeit von NGOs auf die Schippe nimmt. Er verrät im Interview, woher die Ideen zur Geschichte kommen und spricht über die Reaktionen aus dem Hilfssektor.

80 **Sabine Volkert**
ist Mitinitiatorin des Netzwerks für gemeinnützige Organisationen „Rhein-Neckar hilft“ und Fundraiserin aus Leidenschaft. Sie füllte unseren Fragebogen aus und verrät Persönliches.

Autoren dieser Ausgabe

Andreas Berg, Christiane Biedermann, Matthias Daberstiel, Claudia Fuhrmann, Daniela Münster, Peter Neitzsch, Franz Neunteufl, Johannes Ruzicka, Dr. Anes Sabitovic, Paul Stadelhofer, Holger Steffe, Rico Stehfest, Oliver Steiner, Jan Uekermann, Monika Willich

Thema

14 **Karriere im Fundraising**
Spezialisten dringend gesucht …

16 **Headhunting in den USA**
Wo Sie die besten Fundraiser finden und wie sie am besten rekrutiert werden

18 **Personal ent-wickeln**
Vom individuellen Werdegang eines Fundraisers

20 **Der Online-Fundraiser**
Was sind die Merkmale dieses speziellen Tätigkeitsfeldes?

22 **Das Glück liegt auf der Straße?**
Eine britische Studie sieht Face-to-Face-Fundraising als idealen Karrierestart

Aktuell

24 **Zivilgesellschaft in Österreich**
Hindernisse für Engagement und Mängel bei der Rechtssicherheit

Projekte

26 **Kurz informiert**
Organisationen stellen sich und ihre Arbeit vor

30 **Man muss nur wollen**
„Willi will’s wissen“ … und syrischen Flüchtlingen helfen

32 **Die Heilsarmee rockt!**
Musik als erfolgreiches Marketing-Instrument

34 **Altern macht erfinderisch**
Drei Projekte versuchen dem demografischen Wandel zu begegnen

Rubriken

6 **Spektrum**
36 **Köpfe & Karrieren**
38 **Dienstleisterverzeichnis**
44 **Branche**
62 **Fundraising-Kalender**
64 **Bildung**
76 **Fach- und Sachbücher**
79 **Abo-Coupon**
80 **Fragebogen**
82 **Das Letzte**
82 **Vorschau, Impressum**

Praxis & Erfahrung

50 Von Ehrenamt bis Minijob
Das steht Mitarbeitern und Engagierten zu

52 Spenderbeschwerden als Chance
Auch beim Telefonfundraising
geht es um den Menschen

54 Entwicklungshilfe als Comedy
Eine NGO, die einfach nichts tut:
Das ist der Stoff aus dem Legenden sind

56 Kleines Bonbon oben drauf?
Give-aways sind nicht jedermanns Sache,
funktionieren aber immer wieder

58 Dein ist mein ganzes Herz?!
Die größten Irrtümer
im Donor-Relationship-Management

Stiftung

68 Kurz informiert
Tipps, Trends & Termine
rund um das Thema Stiftungen

70 Wohin mit der Ecclestone-Million?
Rekord-Bußgeld zugunsten
der Deutschen Kinderhospiz-Stiftung

72 Im Osten was Neues
Bürgerstiftungen wollen Menschen unterstützen,
sich selbst zu engagieren

74 Festival lädt zur Revolution!
Die Ellen MacArthur Foundation
will den Wandel zur Kreislaufwirtschaft

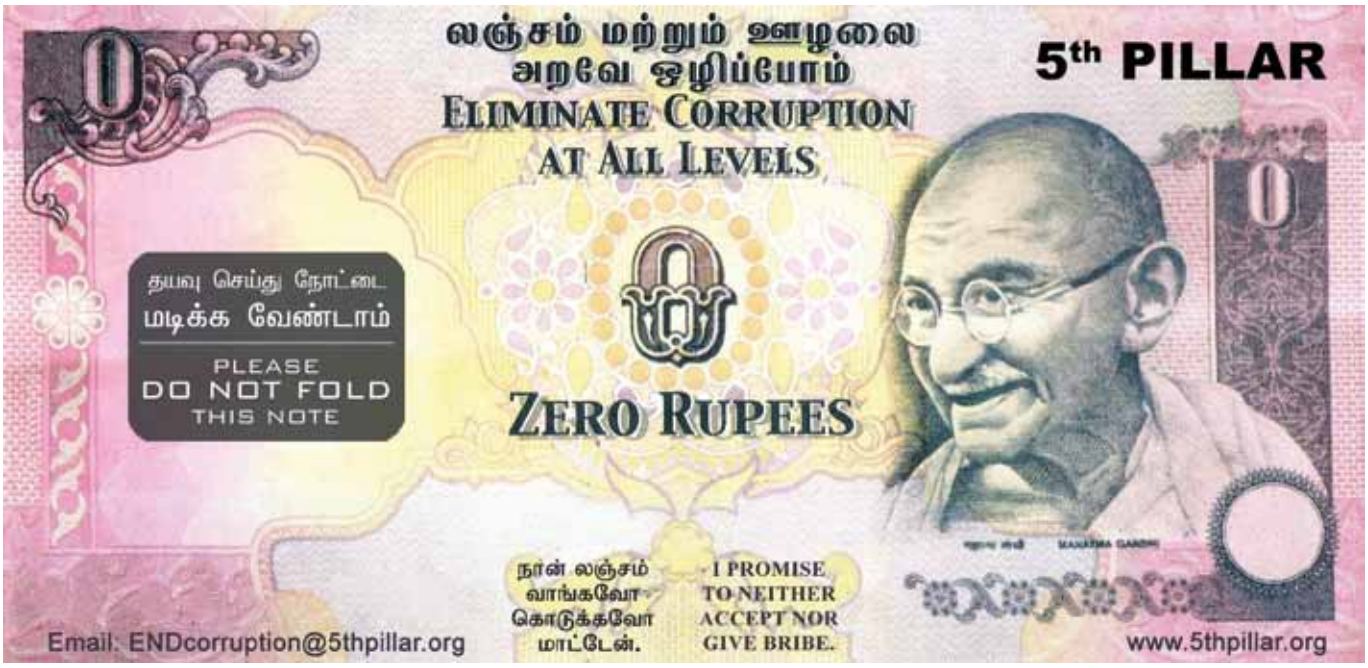
Die aktuelle Foto-Love-Story:

Geteilte Freude ist doppelte Freude

Fotos: photocase.com: marshi, fotolia.com: Picture-Factory, alphaspirit, Kurhan, Aron Amat & iStock.com

Happy End auch in Ihrem Büro? www.orga-abo.fundraiser-magazin.de

Fundraiser magazin



Null Rupien – Es gibt unzählige Länder, in denen Korruption zumindest von außen als selbstverständlicher Teil der jeweiligen Gesellschaft zu gelten scheint. Vijay Anand, indischstämmiger Professor für Physik an der University of Maryland, USA, will dagegen vorgehen und gründete die Anti-Korruptionsorganisation „5th Pillar". Als geradezu diskrete wie auch starke Geste gegen Korruption ließ er 25.000 indische Banknoten mit dem Wert „Null Rupien" drucken. Diese wurden im ehemaligen Madras verteilt und statt Schmiergeld an Beamte und „arbeitsmüde" Angestellte verteilt. Das war 2007. Nach eigenen Angaben hat die Organisation bis heute mehr als eine Million Geldscheine verteilt. Die Erfolgsgeschichten aus dem Alltag häufen sich, sind jedoch selten überprüfbar. Mittlerweile ist die Null-Rupien-Aktion nur einer der vielen Bausteine, mit denen sich die Organisation gegen Korruption stark macht.
► *www.5thpillar.org*

Förderung von Kinder- und Jugendprojekten

Egal, ob pädagogische Förderung, Gewaltprävention oder Elternbildung: Organisationen, die sich für die Zukunftschancen für von Armut betroffene Kinder und Jugendliche in Deutschland engagieren, können sich noch bis zum 31. Oktober bei der Aktion „Deutschland rundet auf" um eine Förderung bewerben. Ziel ist es, erfolgreiche regionale oder bundesweite Projekte mit nachweisbarem Wirkungspotenzial in der Fläche weiter auszubauen. Die Projektauswahl erfolgt in einem dreistufigen Prozess. Auf die Prüfung der Online-Bewerbungen nach vordefinierten, transparenten Förderkriterien folgt eine Auswahl durch das Experten-Gremium und eine Wirksamkeitsprüfung durch das unabhängige Analysehaus PHINEO. Die letzte Entscheidung über die Projekte, die jeweilige Förderhöhe und den konkreten Förderzeitraum trifft das „Deutschland rundet auf"-Kuratorium. Die ausgewählten Projekte werden zweckgebunden in Höhe von 200 000 bis 300 000 Euro und über einen Zeitraum von mindestens einem Jahr gefördert.

Das Bewerbungsformular, die Förderkriterien und weitere Informationen zur Ausschreibung finden Sie online:
► *www.deutschland-rundet-auf.de/wofuer-spende-ich/bewerbungsverfahren*

Ihre Post an FUNDRAISER

Wollen Sie uns über Ihre Organisation, Ihre Projekte und Aktivitäten informieren? Schreiben Sie an **redaktion@fundraiser-magazin.de** oder an

FUNDRAISER-MAGAZIN
Redaktion
Altlockwitz 19
01257 Dresden

Wir freuen uns auf Ihre Post.

Neugründung der Fachgruppe „Politik und Zivilgesellschaft"

Mit einem Vortrag von Dr. Matthias Lehmann von PETA startet die Fachgruppe „Politik und Zivilgesellschaft" im Deutschen Fundraising Verband am 17. November im Berliner Willy-Brandt-Haus ihre Neugründung. Dr. Matthias Lehmann spricht zum Thema „Fundraising für Tierrechte im Internet – Möglichkeiten, Voraussetzungen und Grenzen". Anschließend wird diskutiert, wie die Erfahrungen von PETA auf andere Themenfelder übertragen werden können und wo mögliche Grenzen der Übertragbarkeit liegen.

Damit sich die Fachgruppe konstituieren kann, müssen noch Verantwortliche gewählt und die weiteren Inhalte abgestimmt werden. Wer Interesse am Thema hat oder in der Fachgruppe mitarbeiten möchte, ist herzlich eingeladen. Bitte melden Sie sich vorher beim Deutschen Fundraising Verband an.
► *www.fundraisingverband.de*

Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++

Altspender Rückgewinnung

Jeder Neuspender kostet Organisationen das bis zu Fünffache eines reaktivierten Altspenders. Wie mit innovativen Analysen und Scorings Reaktivierungspotenziale effektiv und nachhaltig ausgeschöpft werden können, zeigt die Case Study „Volksbund Deutscher Kriegsgräber e. V. – Altspender erfolgreich reaktivieren". Konkrete Ergebnisse über einen Zeitraum von drei Jahren sind in dieser Fallstudie jetzt veröffentlicht:

▶ *www.zielgruppenmarketing.de/fundraising*

Jahresbericht der Samariter

Nicht zuletzt um Ressourcen zu schonen, erscheint der Jahresbericht des Arbeiter-Samariter-Bundes Österreich jetzt online und multimedial. Statt trockener Zahlen auf seitenweise Papier sind aktuelle Videos, Audiofiles, Interviews und Reportagen in den Bericht integriert worden, durch den zwei Engagierte aus der Samariterjugend führen. Diese niederschwellige Form der Darstellung soll nicht nur ein zeitnahes Bild der komplexen Arbeitsfelder des Samariterbundes vermitteln, sondern gleichzeitig dazu einladen, sich selbst bei den Samaritern zu engagieren.

▶ *www.samariterbund.net/jahresbericht-2013/*

Aktion Deutschland Hilft mit neuem Bündnispartner

Die Zentralwohlfahrtsstelle der Juden in Deutschland (ZWST) ist seit Juli neues Mitglied von „Aktion Deutschland Hilft". Damit ist der Verein das 13. Vollmitglied des Bündnisses. Die Zentralwohlfahrtsstelle der Juden in Deutschland ist als Wohlfahrtsverband Mitglied der Bundesarbeitsgemeinschaft der Freien Wohlfahrtspflege. Als Dachverband vertritt der Verein jüdische Landesverbände, jüdische Gemeinden und den jüdischen Frauenverband.

▶ *www.aktion-deutschland-hilft.de*

Unterstützung für Grundschüler

Die Stiftung der Deutschen Wirtschaft hat im April das Programm Vivo – Bildung von Grund auf! gestartet, um Grundschülern aus sozial schwachen Familien den Besuch eines Gymnasiums zu ermöglichen. Das Programm begleitet bundesweit insgesamt rund 150 Kinder im Klassenverband über fünf Jahre hinweg: ab dem ersten Schuljahr und bis zum Ende der fünften Klasse, also bis der Übergang an die weiterführende Schule geschafft und das erste Jahr dort gemeistert ist.

▶ *www.sdw.org/vivo*

Bürgerstiftung finanziert Notfall-Wörterbuch

Die Bürgerstiftung Arnsberg (Nordrhein-Westfalen) hat ein mehrsprachiges Wörterbuch für die Feuerwehr finanziert, damit die Rettungskräfte sich besser mit Menschen verständigen können, die nicht Deutsch sprechen. In neun Sprachen sind in Lautschrift die wichtigsten Anweisungen und Fragen enthalten, zum Beispiel „Bitte bewahren Sie Ruhe!" oder „Befinden sich noch Personen in dem Gebäude?". Nachdem die zweite Auflage mit 1500 Exemplaren vergriffen ist, soll nun eine bundesweite dritte Auflage folgen.

▶ *www.buergerstiftung-arnsberg.de*

Gemeinnütziges journalistisches Recherchebüro

Die Brost-Stiftung hat in Essen das gemeinnützige journalistische Recherchebüro CORRECT!V gestartet. Mit einer Sockelfinanzierung von 3 Millionen Euro sollen künftig auch Recherchen möglich sein, die so aufwendig sind, dass sie für die meisten Medien normalerweise nicht finanzierbar wären. Neben dem Geld der Stiftung baut CORRECT!V künftig auf Zuwendungen von Lesern und Nutzern. Mit deren Spenden soll unter anderem die Entwicklung innovativer Internetpublikationen vorangetrieben werden.

▶ *www.correctiv.org*

Meinung kundtun und Buch gewinnen!

Wir sind immer neugierig zu erfahren, ob und wie Ihnen das Fundraiser-Magazin gefällt. Schreiben Sie uns, welchen Artikel Sie am besten finden, was wir besser machen sollten oder auch, was Ihnen gar nicht passt. Als Dankeschön für Ihre offenen Worte verlosen wir die auf den Seiten 76-78 vorgestellten Bücher. Schicken Sie uns Ihre Meinung mit dem Betreff „Blattkritik" an *gewinnen@fundraiser-magazin.de* oder per Postkarte an den Verlag (Die Adresse finden Sie im Infokasten links unten auf dieser Seite). Vermerken Sie, welches Buch Sie gewinnen möchten und vergessen Sie bitte auch die Postanschrift nicht, an die wir im Gewinnfall das Buch senden dürfen. Einsendeschluss ist der 21. November 2014. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

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

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

PR-Bild des Jahres gesucht! Noch bis Mitte Oktober läuft die online-Abstimmung zur Wahl des PR-Fotos des Jahres. Es besteht die Möglichkeit, je einen Favoriten aus den Kategorien NGO, Event & Messe, Unternehmenskommunikation, Produktfoto, Freizeit & Sport sowie Porträt zu wählen. Die zehn Kandidaten auf der Shortlist der Kategorie NGOs kommen von den unterschiedlichsten Organisationen wie der UNO-Flüchtlingshilfe, Vier Pfoten oder Caritas Socialis. Unser Foto stammt vom TransFair – Verein zur Förderung des Fairen Handels mit der „Dritten Welt" e.V. und trägt den Titel „Wie entsteht unsere Kleidung?". Es entstand im April 2013 auf einem Fairtrade-Baumwollfeld im Senegal.

▶ *www.pr-bild-award.de*

Neustrukturierungen bei „Menschen für Menschen"

Die unabhängige Stiftung „Menschen für Menschen Schweiz" geht künftig neue Wege und beendet die Zusammenarbeit mit ihrem bisherigen Kooperationspartner „Menschen für Menschen Deutschland". Damit zieht sie auch Konsequenzen aus den Entwicklungen der vergangenen Monate. Mit diesem Schritt will „Menschen für Menschen Schweiz" ihre Eigenständigkeit deutlicher betonen und sicherstellen, dass sie den hohen eigenen Ansprüchen an Effizienz und Transparenz gerecht werden kann.

Neben einer Erweiterung des internen und externen Monitorings arbeitet „Menschen für Menschen" unter anderem an der Etablierung einer neuen EDV-Struktur zur transparenten Nachverfolgung und Darstellung der Mittelverwendung sowie an der Erweiterung der Evaluierung der Projektgebiete durch internationale unabhängige Experten.

▶ *www.menschenfuermenschen.ch*

Opfer oder Superheld?

Über Menschen mit Behinderung zu sprechen, kann eine tatsächliche Herausforderung sein. Vor allem, wenn „man es doch nur gut meint" und ist es angemessen, zu formulieren, jemand hätte ein Ziel „trotz seiner Behinderung" erreicht? Das Problem führt oft zu Verunsicherung, nicht zuletzt, weil häufig eigene Erfahrungen im Umgang mit behinderten Menschen fehlen. In einer Kooperation der Sozialhelden mit der Aktion Mensch gibt das Projekt „Leidmedien" nicht nur Journalisten Hilfe zum Finden der richtigen Worte an die Hand. Die Redaktion will auch zeigen, dass Menschen mit Behinderung nicht ununterbrochen leiden. Es kommt auf die Perspektive an. So kann jemand „unter einer Krankheit leiden" oder ganz einfach „mit einer Krankheit leben". Einen Unterschied macht das allemal.

▶ *www.leidmedien.de*

Als Fundraiser fokussieren Sie auf Beziehungspflege. Alles Weitere übernimmt OM.

Ihre wichtigste Aufgabe als Fundraiser ist der Aufbau und die nachhaltige Pflege der Beziehung zu den Spenderinnen und Spendern Ihrer Organisation. Dabei verlassen Sie sich auf aussagekräftige Daten und optimale Prozesse. Sie behalten den Überblick und agieren rasch, präzise und agil.

Dank den neuen Modulen von OM – Organisation Management – fällt es Ihnen nun noch leichter, den Fokus auf Ihre Kernaufgaben zu richten: Das Business Process Management Modul ermöglicht Ihnen die Automatisierung Ihrer Standardprozesse und unterstützt Sie in der Abarbeitung von Spezialfällen optimal. Mit dem Output Management Modul erledigt OM Ihre Korrespondenz quasi selbständig – offline und online. Und dies alles frei parametrisier- und skalierbar entsprechend der Grösse Ihrer Organisation und Ihren Bedürfnissen.

Nicht nur die grössten Schweizer NPO vertrauen für ihre Beziehungspflege auf unsere Lösungen.

Creativ Software AG
Unterdorfstrasse 83
CH - 9443 Widnau

Telefon: +41 (0)71 727 21 70
Fax: +41 (0)71 727 21 71
Email: info@creativ.ch
Internet: www.creativ.ch

creativ SOFTWARE

Reichtum verpflichtet. Das steht für den Milliardär Dietmar Hopp außer Frage. Doch dieser Grundsatz allein erklärt nicht das großzügige Engagement des SAP-Gründers. Es mache ihm einfach Freude, über die Dietmar Hopp Stiftung zu helfen, sagt der Mäzen im Interview mit dem Fundraiser-Magazin. Dafür wurde er dieses Jahr mit dem Deutschen Stifterpreis ausgezeichnet. Peter Neitzsch sprach mit Dietmar Hopp über sein Engagement in den Bereichen Medizin, Bildung und Soziales – und seine Leidenschaft für den Sport.

„Ich hatte viel GLÜCK im Leben“

? Herr Hopp, für Ihr Engagement wurden Sie in diesem Jahr vom Bundesverband Deutscher Stiftungen mit dem Deutschen Stifterpreis geehrt. In Ihrer Dankesrede haben Sie betont, dass es Ihnen „eine Herzensangelegenheit“ ist zu helfen. Welches Projekt Ihrer Stiftung liegt Ihnen aktuell besonders am Herzen?

Ein besonders eindrucksvolles und zugleich erfolgreiches Projekt ist das von meiner Stiftung geförderte Neugeborenen-Screening, welches inzwischen deutschlandweit umgesetzt wird: Neugeborene werden mit wenigen Tropfen Blut auf seltene, angeborene Stoffwechsel- und Hormonstörungen untersucht. So können Krankheiten, die unbehandelt zu Organschäden, körperlicher oder geistiger Behinderung oder sogar zum Tod führen, frühzeitig entdeckt und erfolgreich behandelt werden. Natürlich gibt es viele weitere Projekte, die mir am Herzen liegen. Aber das Neugeborenen-Screening ist in seiner Tragweite besonders beeindruckend.

? Bevor Sie zum Mäzen wurden, haben Sie mit dem Softwareunternehmen SAP seit 1972 ein Vermögen gemacht. Verpflichtet Reichtum zu gesellschaftlichem Engagement?

Ich hatte viel Glück in meinem Leben und habe es zu Wohlstand gebracht. Für mich ist es ein Herzensanliegen, aber auch eine Verpflichtung, notleidenden Menschen in der Region zu helfen und sie an meinem persönlichen Erfolg teilhaben zu lassen. Schließlich gibt es viele Menschen, die nicht auf der Sonnenseite des Lebens stehen. Es macht mir große Freude zu sehen, wie Kinder und Jugendliche, alte, kranke oder behinderte Menschen von der Förderung meiner Stiftung profitieren. Daher habe ich den Artikel 14 des Grundgesetzes „Eigentum verpflichtet“ für mich erweitert: „Reichtum verpflichtet noch mehr.“

? Was hat Sie 1995 schließlich bewogen, einen großen Teil der SAP-Aktien aus ihrem privaten Besitz in eine Stiftung zu überführen?

Es war kein konkretes Ereignis, sondern eine Entwicklung, die zur Stiftungsgründung führte. Was ist wichtig im Leben? Meine Antwort auf diese Frage lautet: die Gesundheit. Das führte dazu, dass ich bereits während meiner aktiven SAP-Zeit gespendet habe. Mit Gründung der Stiftung im Jahr 1995 konnte ich dann mehrere Vorhaben bündeln: die Umsetzung gemeinnütziger Projekte in den von mir festgelegten Bereichen und gleichzeitig die Sicherung des SAP-Aktienpakets, das ich der Stiftung als Kapital zur Verfügung gestellt habe.

? Eine klassische Stiftung wirkt mit Vermögenszinsen. Wenn das Stiftungsvermögen aus Aktien besteht, wird dann die Rendite für den guten Zweck verwendet?

Das Vermögen der Dietmar Hopp Stiftung besteht überwiegend aus SAP-Aktien, die ich zur Stiftungsgründung aus meinem Privatvermögen eingebracht habe. Das Stiftungsvermögen beträgt aktuell rund 4,2 Milliarden Euro. Die Stiftungsprojekte werden aus den Dividenden-Ausschüttungen finanziert. Seit ihrer Gründung im Jahr 1996 hat die Stiftung auf diese Weise fast 400 Millionen Euro ausgeschüttet.

? Welche Kriterien muss ein Projekt erfüllen, um von der Dietmar Hopp Stiftung gefördert zu werden. Wie werden die Anträge geprüft?

Wir empfehlen, vor der Antragstellung die Richtlinien im Internet zu lesen. Bevor entschieden wird, ob und in welcher Höhe ein Projekt bewilligt wird, prüft das Team in meiner Stiftung die Anfragen. In einigen Fällen werden Gutachten von Externen eingeholt. Auch Vor-Ort-Besuche sind die Regel. So machen wir uns ein umfassendes Bild von potenziellen Projektpartnern. Ich tausche mich persönlich in regelmäßigen Meetings mit der Leiterin meiner Stiftung aus – zum Beispiel um Förderentscheidungen zu treffen.

? Sie sind einer der erfolgreichsten deutschen Unternehmer der Nachkriegszeit. Ist eine vergleichbare Karriere auch 2014 noch möglich?

Ich bin gemeinsam mit vier Kollegen in der IBM erfolgreich geworden, weil wir mit viel Energie und Leidenschaft eine Idee verfolgt haben und diese schließlich erfolgreich umsetzen konnten. Natürlich ist dies auch heute noch möglich, und ich kann junge Menschen nur ermuntern, ein Wagnis einzugehen, wenn sie eine tragfähige Idee haben. ▶

„Trikottausch" unter den sportbegeisterten Stiftern Dietmar Hopp und Franz Beckenbauer, umrahmt von Prof. Dr. Michael Göring (links im Bild), Vorstandsvorsitzender des Bundesverbands Deutscher Stiftungen, und Prof. Dr. Wilhelm Krull (rechts im Bild), ehemaliger Vorstandsvorsitzender.

? Ihren beruflichen Aufstieg haben Sie sich selbst erarbeitet, stammen aber als Sohn eines Lehrers aus einer bildungsnahen Familie. Spielte dieser biografische Hintergrund eine Rolle bei der Auswahl der Stiftungsziele?

Das glaube ich nicht, denn die Schwerpunkte der Förderung durch meine Stiftung ergaben sich weitgehend aus meiner Lebenserfahrung. So entwickelten sich die vier Schwerpunkte: Sport, Medizin, Bildung und Soziales. In jedem Bereich gibt es persönliche Erfahrungen und so manches ist zur Herzensangelegenheit geworden.

? Warum fördert die Dietmar Hopp Stiftung auch die Medizin? Gibt es da Schnittmengen mit Ihren Beteiligungen an Biotechnologie-Unternehmen?

Mein Interesse an medizinischer Forschung ist groß und die Biotech-Beteiligungen sind eine Leidenschaft. Seit 2004 investiere ich in Firmen, die in der Lage sein könnten, das Gesundheitssystem zu revolutionieren. Auch wenn der ganz große Erfolg noch auf sich warten lässt: Mein langfristiges Ziel ist es, die erwirtschafteten Erträge wiederum in die Forschung zu investieren.

Die Projekte meiner Stiftung orientieren sich eher an sozialen Gesichtspunkten. Ein Schwerpunkt war von Beginn an die Jugendmedizin. Auch weil für mich – als Vater von zwei Söhnen und inzwischen auch zwei Enkelsöhnen – die Vorstellung ein Albtraum war, die Kinder könnten schwer erkranken, beispielsweise an Krebs. Wir sind dankbar, dass wir davon verschont blieben. Aber ich möchte den Familien helfen, die von einem solchen Schicksalsschlag betroffen sind.

? Nicht nur wegen Ihres Engagements bei der TSG 1899 Hoffenheim gelten Sie auch als ein großer Förderer des Sports. Welche Rolle spielt dieser aus Ihrer Sicht für die Gesellschaft?

Sport ist ein Spiegelbild des Lebens und kann junge Menschen entscheidend prägen. Es geht nicht nur um den Faktor Bewegung – was an sich schon wertvoll ist –, sondern auch um den hohen sozialen Charakter, den der Sport vor allem im Verein hat. Es macht mir Spaß, den Jugendlichen aus meiner Heimatregion dafür die bestmöglichen Voraussetzungen zu bieten. Voraussetzungen, wie ich sie vielleicht auch gerne gehabt hätte. Meine Generation hat sich auf staubigen Plätzen blutige Knie geholt und spielte mit Bällen, die keineswegs immer rund und bei Regen oftmals tonnenschwer waren. Dennoch hat mir der Sport sehr viel gegeben.

? Sportliche Großereignisse werden immer teurer und Spitzensportler verdienen Millionen. Wird bei alledem der Breitensport vernachlässigt?

Ob die Verdienste der Spitzensportler nachvollziehbar oder gar gerecht verteilt sind, darüber lässt sich trefflich diskutieren. Ich bin unabhängig davon überzeugt, dass erfolgreiche Jugendarbeit Vorbilder braucht. Alle Investitionen meiner Stiftung im Sport-Bereich fließen in die Jugendarbeit und den Breitensport. Eine gute Jugendarbeit ist mir besonders wichtig. Deshalb fördert die Stiftung viele Vereine der Region, und deshalb haben wir die Konzepte „Anpfiff ins Leben" und eine ganze Reihe von Jugendförderzentren in der Region Rhein-Neckar ins Leben gerufen.

? Sie haben früher selbst Fußball gespielt und sind ein großer Sportfan. Wie wichtig ist persönliche Leidenschaft für Ihr Engagement als Stifter?

Meine Erfahrungen im Sport haben dazu beitragen, dass ich später – auch in meiner Funktion als Mitbegründer und Vorstandsvorsitzender der SAP – Mitarbeiter motivieren und in einem Team führen konnte, in dem jeder für den anderen da war. Persönliche Leidenschaft war für mich immer ein großer Antriebsfaktor, das gilt für meine Arbeit bei SAP genauso wie für mein Engagement als Stifter.

▶ *www.dietmar-hopp-stiftung.de*

Mehr als ein
Domainname.

Die Online-Community
nur für echte NGOs.

.ngo | .ong

.ngo
Endlich.

Mehr Informationen auf globalngo.org

Spezialisten dringend

Das Berufsbild des Fundraisers galt lange Zeit als exotisch. Das hat sich geändert. Ausbildungen und Weiterbildungsmöglichkeiten führen zu einer neuen Generation von Generalisten im Fundraising. Immer mehr sind aber Spezialisten gefragt sowie Menschen, die wirklich um Spenden bitten und sich von niedrigeren Gehältern in Non-Profit-Organisationen nicht abschrecken lassen.

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Der Personalmarkt für Spezialisten im Fundraising und Dialogmarketing ist leer gefegt. Organisationen suchen teilweise Jahre nach geeigneten Bewerbern und behelfen sich zwischenzeitlich mit Dienstleistern, um die vakanten Stellen zu besetzen. „Wir sind eine große Spendenorganisation mit einer arbeitsteiligen Fundraisingabteilung und da sind Spezialisten gefragt", erläutert Birgit Kern, Referatsleiterin Spenderkommunikation bei „Brot für die Welt" und „Diakonie Katastrophenhilfe", ihre Personalauswahl.

Bewerben sich bei ihrer Organisation auf Stellen als Redakteur oder Grafiker 70 bis 80 Personen, sind es im Fundraising gerade einmal sieben bis acht. Und diese würden zwar „gern mit Menschen arbeiten und können gut texten", aber die Erfahrung, mit Datenbanken umzugehen und ein Mailing in einer Auflage von 300.000 Stück in 14 Varianten zielgruppengerecht zu planen und zu steuern, fehlt leider komplett. Zwar sei der Markt immer noch von Quereinsteigern geprägt, doch die Möglichkeiten, solch datenbankaffine Spezialisten gegen die finanziellen Angebote aus Firmen zu gewinnen, sind begrenzt. „Es muss ja auch ins Gehaltsgefüge der Organisation passen", gibt Birgit Kern zu bedenken. „Wir hoffen ja schon auf Quereinsteiger aus der Wirtschaft, die sich

gesucht …

bewusst für einen Karriereknick entscheiden", gibt sie etwas besorgt zu. Dabei bezahlt ihr Arbeitgeber nach dem Tarifvertrag für den öffentlichen Dienst und richtet unbefristete Stellen ein. Mehr als so manch mittlere Organisation sich leisten kann. Dort herrscht das Prinzip der eierlegenden Wollmilchsau vor: Die Aufgaben erstrecken sich auf Marketing, PR sowie Fundraising und, wenn es ganz schlimm kommt, noch auf die Assistenz des Geschäftsführers.

GENERALISTEN IMMER JÜNGER

Die Fundraising Akademie bildet seit Jahren regelmäßig Fundraiser in einem zweijährigen Kurs berufsbegleitend aus. „Unsere Absolventen werden immer jünger, der Schnitt liegt heute bei knapp über 30 Jahren", gibt Thomas Kreuzer, Geschäftsführer der Fundraising Akademie, an. Doch die Kollegen sind wählerisch. „Sobald eine Stelle mit dem Thema Spendenumsatz und Zielvorgaben verbunden ist, wird das Angebot spürbar geringer", berichtet auch er. Kirchen hätten in den letzten Jahren massiv Stellen für Fundraiser ausgebaut. Diese würden jedoch stärker beratend und koordinierend für die Kirchgemeinden wirken und selbst eigentlich wenig Fundraising machen. Ein Job für Generalisten, wie sie auch die Akademie ausbildet. Zwar werden auch hier spezielle Kurse angeboten, wie der Advisor Philantrophy, der in Richtung Großspendenbetreuung geht, aber eine Ausbildung für Online-Fundraiser oder Datenbankmanager mit Dialogmarketing gibt es nicht.

AUF RISIKO AUSBILDEN

Eine Möglichkeit, aus dem Dilemma herauszukommen, ist Personal selbst auszubilden. „Für Berufseinsteiger ist das doch ein Traumjob. Wo hat man sonst so viele Möglichkeiten, etwas zu bewegen", wirbt Birgit Kern für den Beruf des Direkt-Marketers. Kritisch sieht sie allerdings die Perspektive. Denn sind Berufseinsteiger am Anfang noch genügsam, so sind sie nach der Ausbildung ein Vielfaches von dem wert, was sie bei den ausbildenden Organisationen als Gehalt bekommen. Schwierig, sie dann noch zu halten. Da hilft auch ein attraktives Job-Umfeld, wie es sich „Brot für die Welt" mit dem Umzug nach Berlin erhofft hatte, kaum. „Das hat sich nur teilweise erfüllt", relativiert Birgit Kern, von den längeren Anfahrtswegen zu den Top-Spendern in Bayern, Baden-Württemberg und NRW ganz zu schweigen.

ATTRAKTIVE JOBS

Ein richtig boomender Bereich ist das Fundraising an Hochschulen. Strategisches Fundraising, das sich in einer darauf ausgerichteten Personalplanung niederschlägt, ist aber auch nicht die Regel. So herrscht denn ein reges Ex und Hopp. Entscheidend sei die Einbindung des Fundraisings. „Zwischen Hochschulleitung und Fundraising muss ein enger, stetiger Prozzess der Abstimmung bestehen. Die erfolgreichten Fundraiser in den USA sind auch Vice-President Development und nicht ein untergeordneter Mitarbeiter aus einer Marketing- oder PR-Abteilung", erläutert Cornelia Kliment, die das Programm „Leaders in Science" beim Deutschen Hochschulverband verantwortet und aktives Headhunting von Hochschulfundraisern betreibt. Aktuell sind Stellen an Hochschulen deutlich höher dotiert als bei klassischen Spendenorganisationen. Was Kliment moniert, ist die fehlende Ausbildung für Hochschulfundraiser. „Wir nehmen deshalb gerne Initiativbewerbungen entgegen und beraten auch Kollegen, die in diesen Bereich hineinwollen. Als Berater der Hochschulleitung bieten wir ein Verfahren, das sehr fair, datengeschützt, diskret und wertschätzend verläuft." Für angehende Fundraiser bieten sich also gute Möglichkeiten, wenn sie sich spezialisieren, offen für Aus- und Weiterbildung sowie aktuelle Trends im Dialogmarketing sind.

> Datenbankaffine Bewerber im Dialogmarketing sind Mangelware

Headhunting in den USA

Wo Sie die besten Fundraiser finden und wie sie am besten rekrutiert werden

Fast die Hälfte der Fundraiser in Europa (41,2 Prozent) sieht einen Mangel an Fundraising-Qualifikationen als die größte Hürde für eine Verbesserung ihrer Tätigkeit. Das ergab eine Umfrage der European Fundraising Association. Doch was tun, wenn in Europa die Fachkräfte fehlen?

Von PAUL STADELHOFER

Paul Marvell, Director of Professional Development and Membership am Institute of Fundraising in Großbritannien, bestätigt die Ergebnisse der European Fundraising Association: „Ganz allgemein gehalten gibt es einen Qualifikations-Engpass an erfahrenen Fundraisern, besonders im Bereich des Großspenden-Fundraisings. Es ist für Wohlfahrtsorganisationen immer sehr schwer, gute Leute für diese Posten zu rekrutieren. Es gibt einen ähnlichen Qualifikations-Mangel im Fördermittel- und Stiftungsfundraising, besonders auf höherem Niveau. Der dritte Bereich ist das Recruitment von leitenden Angestellten oder Fundraising-Managern. Es gibt nie genug Leute für diese Posten und der daraus resultierende Qualifikationsmangel kann auch die Vergütungen nach oben treiben."

Wie es zu diesem Fachkräftemangel kommt? „Einer der Gründe für den Mangel ist, dass nicht nur klassische gemeinnützige Organisationen nach erfahrenen Fundraisern suchen. Sie konkurrieren mit dem Denkmalschutz, mit Einrichtungen aus den Bereichen Kunst und Kultur, mit dem Gesundheitssektor und mit dem Bildungssektor", berichtet Marvell.

Somit sollten gemeinnützige Organisationen auch außerhalb ihres eigenen Marktes nach Talenten suchen: „Beispielsweise bei der privaten Vermögensverwaltung, bei Luxusgütern und im Vertrieb hochwertiger Immobilien."

BLICK ÜBER DEN GROSSEN TEICH

Laut Alden Briscoe, Großspendenfundraiser und Headhunter in den USA, kann es sich durchaus lohnen, einen Blick über den großen Teich zu werfen: „Wenn Sie gute Football-Spieler suchen, gehen Sie in ein Land, in dem jeder Football spielt. Wenn Sie nach guten Fundraisern suchen, gehen Sie in ein Land wo viele Leute Fundraising betreiben." Die beste Anlaufstelle, um Spezialisten in den USA zu finden, sind ihm zufolge die US-amerikanischen Universitäten: Fundraising-Abteilungen mit mehreren Dutzend Mitarbeitern und mit Experten der verschiedensten Fachrichtungen böten einen guten Pool, sagt Briscoe: „In einer solchen Abteilung gibt es auch eine große Zahl an Spezialisten wie Forscher und Rechercheure oder Großspenden-Fundraiser." Eine zweite Gruppe von Organisationen, die interessant für die Rekrutierung von Fachleuten sein könnte, sind die Krankenhäuser, und eine dritte Gruppe sind die großen kulturellen Einrichtungen, wie Opern oder Museen, erklärt der Headhunter. Sein Tipp für den Rekrutierungs-Prozess: „Suchen Sie nach Expatriates. Der Vorteil dieser Methode ist, dass diese Leute die Kultur Ihres Landes bereits kennengelernt haben, bevor sie das Fundraising in der US-Kultur erlernen." Der entscheidende Schritt bestehe dann nur noch darin, den gewünschten Mitarbeiter davon zu überzeugen, dass es zu Hause auch Chancen und Vorteile gibt.

Das durchschnittliche Einkommen nach Ländern und Position

alle Angaben in US-Dollar	USA	Großbritannien	Deutschland	Schweiz
Generaldirektor oder GF mit Fundraising-Verantwortung	162.000	126.000	92.427	158.000 *
Chief Development Officer	101.370	103.805	92.187	169.000
Stellvertretender Direktor oder Geschäftsführer	93.575	88.539	75.383	205.000 *
Programm-Direktor oder Manager	71.501	65.765	73.202 *	122.125

** Die Angaben für Programm-Direktoren und Manager in Deutschland basieren auf nur zwei Antworten. Die Angaben für Generaldirektor und Geschäftsführer mit Fundraising-Verantwortung in der Schweiz und die Angaben für stellvertretende Direktoren sowie Geschäftsführer in der Schweiz basieren auf nur einer Antwort (Quelle: 2014 International Compensation and Benefits Survey. Daryl Upsall Consulting International, AFP, Global Charity Jobs)*

Interesse am Recruiting von US-Fundraisern?

Lesen Sie zwei Interviews zum Thema auf *www.fundraiser-magazin.de!* Alden Briscoe, Großspendenfundraiser und Headhunter bei Brakeley Briscoe, gibt im Interview Tipps zum Recruiting-Prozess und zur Recherche. Astrid von Soosten, Fundraiserin am European Molecular Biology Laboratory (EMBL) in Heidelberg, wurde von Brakeley International für das EMBL geworben. Sie erzählt im Interview von ihrer Rückkehr und von ihrer eigenen Suche nach Fachkräften.

Welche Vorteile besonders beliebt sind, zeigt eine international angelegte Umfrage von Daryl Upsall Consulting: 50 Prozent der befragten Fundraiser haben ihre derzeitige Position gewählt, um mehr Verantwortung zu haben. 42 Prozent haben sie gewählt, um einer sinnvolleren Arbeit als zuvor nachzugehen. Nahezu untergeordnet sind in der Retrospektive das Gehalt (22 %) und die viel beschworene Work-Life-Balance (16 %).

FUNDRAISER SIND ÜBERZEUGUNGSTÄTER

Ein anderes Bild zeigt sich allerdings, wenn gefragt wird, warum Fundraiser darüber nachdenken, ihre Stelle aufzugeben: Auch für die Zukunft überlegen sich viele einen Wechsel, weil sie mehr Verantwortung und Kompetenzen suchen. Immerhin 45 Prozent denken aber auch deshalb über einen Wechsel nach, weil sie mehr Gehalt wollen. 40 Prozent wollen eine interessantere und forderndere Arbeit, und 30 Prozent sind von ihrer derzeitigen Arbeitsumgebung schlicht frustriert.

Die Umfrage zeigt auch, wie der Kontakt zu Mitarbeitern am häufigsten hergestellt wurde: 10 Prozent der Teilnehmer haben über einen beruflichen Kontakt zu ihrer aktuellen Stelle gefunden, 12 Prozent sind durch einen Aufstieg innerhalb ihrer Organisation zu ihrer momentanen Stelle gekommen und immerhin 20 Prozent der Befragten wurden vom Direktor, dem Geschäftsführer oder einem anderen Mitarbeiter ihrer Organisation persönlich angesprochen.

WIE TEUER IST ZUFRIEDENHEIT?

Welche Verbesserungen könnten also angeboten werden, wenn Fundraiser aus fremden Sektoren oder Ländern abgeworben werden? Die begehrtesten Verbesserungen der Arbeitssituation – und das könnte spannend sein – bergen häufig keine zusätzlichen Kosten für Arbeitgeber: Flexible Arbeitszeiten und Freistellungen zur Weiterbildung stehen laut der Umfrage am höchsten im Kurs. Renten- und Gesundheitsvorsorge gehören zu den gebräuchlichsten Vorteilen im internationalen Feld: 50 Prozent der Umfrage-Teilnehmer haben derartige Vorteile an ihrer Stelle. Immerhin 11 bis 14 Prozent würden sich darüber freuen. Darüber hinaus – das zeigen laut Upsall alle Studien und Recherchen aus dem Sektor – gibt es einen einzigen aufrichtigen Lohn, den alle Fundraiser brauchen: „Die Anerkennung ihrer Mitarbeiter und ihrer direkten Vorgesetzten“, sagt Upsall. „Es ist lustig, dass eine Profession, deren wichtigstes Wort ‚Danke!‘ lautet, dasselbe Wort nicht untereinander benutzt.“

Personal ent-wickeln

Vom individuellen Werdegang eines Fundraisers

Personalentwicklung – das hört sich an, als ob Personal entwickelt werden könnte. Doch Menschen können sich nur selbst verändern. Anstöße von außen regen vielleicht Veränderungen an. In der Personalentwicklung kann es aber höchstens um das Ent-wickeln gehen – oder um das Begünstigen bester Bedingungen.

Von JAN UEKERMANN

Babys zu wickeln bedeutet, sie einzupacken, um bösen Überraschungen auf dem Teppich vorzubeugen. Sie zu ent-wickeln bedeutet für die Kleinen Freiheit, Selbstständigkeit, Lernen, Weiterentwicklung. In der Personalentwicklung müssen wir also überlegen, was Führungskräfte dazu beitragen können, um Personal zu ent-wickeln, Menschen in der Weiterentwicklung oder im Lernen zu unterstützen. Dazu einige Gedanken aus meiner eigenen Entwicklung, meiner Fundraising-Laufbahn: vom Azubi über die Abteilungsleitung zum Teilzeit-Unternehmer und Freischaffenden.

Es war eine dieser günstigen Bedingungen: Von meinem Auslandseinsatz kam ich begeistert von der Arbeit der Organisation zurück und das Angebot lag auf dem Tisch: Ich könnte eine Ausbildung zum Fundraiser machen. Meine Stärken wurden erkannt – und gefördert. So startete ich an der Fundraising Akademie und im Ausbildungsbetrieb, dem Kinderhilfswerk nph deutschland e. V.

DIE SPENDENPROJEKTE SEHR GUT KENNEN

Von guten Menschen wurde erkannt: Der kann schreiben, berichten, begeistern, organisieren. Als ehemaliger Freiwilliger kennt er die Arbeit der Organisation bestens und kann sehr authentisch berichten. Seine intrinsische Motivation ist hoch – Grundvoraussetzung, um für eine Organisation zu arbeiten, die Geldbedarf hat wie ein Fass ohne Boden.

HERAUSFORDERUNGEN UND FÖRDERUNG

So wurde ich herausgefordert: Mailings konzipieren, Zusammenarbeit mit Dienstleistern, Aufbau neuer Fundraising-Bereiche, Personalführung, Abteilungsleitung, Umstrukturierungen, TV-Auftritte vor Millionen-Publikum, Zusammenarbeit mit den wichtigsten Förderern. Daran bin ich gewachsen, das stärkte mein Selbstbewusstsein, das half mir, eigene Interessenfelder zu finden. Die Bandbreite der Aufgaben im Fundraising ist heute vielfältiger denn je. Das reicht von Organisationsentwicklung, Personalführung, Kommunikation bis hin zu den verschiedensten Instrumenten wie Mailings, Online, Face-to-Face, Großspenden-Fundraising und Unternehmenskooperationen. Und alle bedürfen Spezialwissen und -fähigkeiten. Menschen mit unterschiedlichsten Ausbildungen und Abschlüssen, Vorkenntnissen und Berufserfahrungen werden gesucht – und müssen gefördert werden.

Ich wurde gefördert: Gerade mal drei Monate im Job, durfte ich zum International Fundraising Congress nach Noordwijkerhout in den Niederlanden. Ein Riesenerlebnis und der Anfang einer Förderung durch Menschen, die an mich glaubten. Ich bewarb mich um das erste Stipendium des Alumni-Vereins der Fundraising Akademie und erhielt den Zuschlag. Auf einmal saß ich Großspenden-Fundraising-Expertinnen in den USA und Deutschland gegenüber, die mich schulten und förderten. Viele angesehene Fundraising-Kollegen erwarteten

Berichte, Vorträge und Impulse. Ich wollte mein Wissen mit ihnen teilen und das auf motivierende und inspirierende Art und Weise.

ZIELE SETZEN UND SICH WEITERBILDEN

Ich habe mir Ziele gesetzt: Als Großspenden-Fundraiser wollte ich die größte private Einzelspende für „meine" Organisation raisen – als sich ein Ehepaar begeistern ließ, eine Million zu spenden, ging ein Traum in Erfüllung. Schon in Jugendjahren dachte ich daran, mal ein Buch zu schreiben. Der Verlag des Fundraiser-Magazins glaubte an mich und brachte es heraus. Ein eigenes Unternehmen gründen – auch das war immer im Kopf und ist durch die Zusammenarbeit mit Dr. Marita Haibach und unserem Major Giving Institute in Erfüllung gegangen. Speziell hier darf ich jetzt auch Menschen dafür begeistern, inspirieren und ermutigen, sich selbst zu entwickeln. Menschen können sich nur selbst verändern. Führungskräfte können nur gute Bedingungen begünstigen, Potenziale erkennen und ermutigen. Die Veränderungen muss jeder selbst in die Hand nehmen.

Das gilt auch für die Wahl einer Weiterbildung. Neben Fundraising-Veranstaltungen nutze ich Angebote, die ganz bewusst auf den ersten Blick nichts mit meiner Arbeit zu tun haben. Das eröffnet neue Sichtweisen. Durch die Ausbildung zum systemischen Berater wurde unter anderem meine Vogelperspektive geschult. Dadurch fällt es mir leicht, die Saat in mir zu erkennen, für die ich Erde und Wasser suche. Neben dem eigenen Entdecken des Saatguts sowie dem Hegen und Pflegen der kleinen Pflänzchen sind Wegbegleiter wichtig, auf die wir wiederum Einfluss haben: Mit welchen Menschen umgeben wir uns? Wagen wir den Blick über den Tellerrand? Mit Mut und Experimentierfreudigkeit tragen wir dazu bei, uns selbst und auch das Fundraising weiter zu entwickeln. Wenn wir dann noch stets versuchen, das Erhaltene an andere weiterzugeben, trägt das wieder dazu bei, dass sich Menschen und das Fundraising weiterentwickeln können.

Jan Uekermann *ist seit 2002 im Fundraising aktiv, zunächst zehn Jahre beim Kinderhilfswerk nph deutschland e. V. in der Leitung Fundraising und Aufbau Großspenden-Fundraising. 2012 gründete er mit Dr. Marita Haibach das Major Giving Institute, seit 2013 ist er in Zürich zuhause, wo er bis Ende August bei Swissfundraising als Projektleiter arbeitete. Nebenher ist der 33-Jährige Autor, Dozent und (Video-)Blogger.*
► *www.uekfactory.com*

Erfolg lernen.
www.fundraisingakademie.de

Mein Engagement soll mein Job werden!
UNSER STUDIENGANG ZUM FUNDRAISING-MANAGER IST DAFÜR EINE HERVORRAGENDE CHANCE.

Unser renommierter Studiengang zum Fundraising-Manager bietet Ihnen eine fundierte Ausbildung im Fundraising und hervorragende Berufschancen. Hier treffen Sie viele Autoren und Top-Praktiker als Referentinnen und Referenten. Wir informieren Sie gerne unter (069) 580 98-124, oder senden Sie eine Mail an:
info@fundraisingakademie.de

fundraising akademie

Fundraising Akademie • Emil-von-Behring-Straße 3 • 60439 Frankfurt/Main • Tel: 069-580 98-124
► www.fundraisingakademie.de

Der Online-Fundraiser

Was sind die Merkmale dieses speziellen Tätigkeitsfeldes?

Das Internet beeinflusst auch unser Spendenverhalten. Jeder, der mit Spenden arbeitet, muss dieser Entwicklung folgen und sein Akquiseverhalten entsprechend anpassen. Mittlerweile ist das Online-Fundraising für Non-Profit-Organisationen längst fester Bestandteil der Spendenakquise geworden, mit größtem Potenzial und Wachstum.

Von ANES SABITOVIC

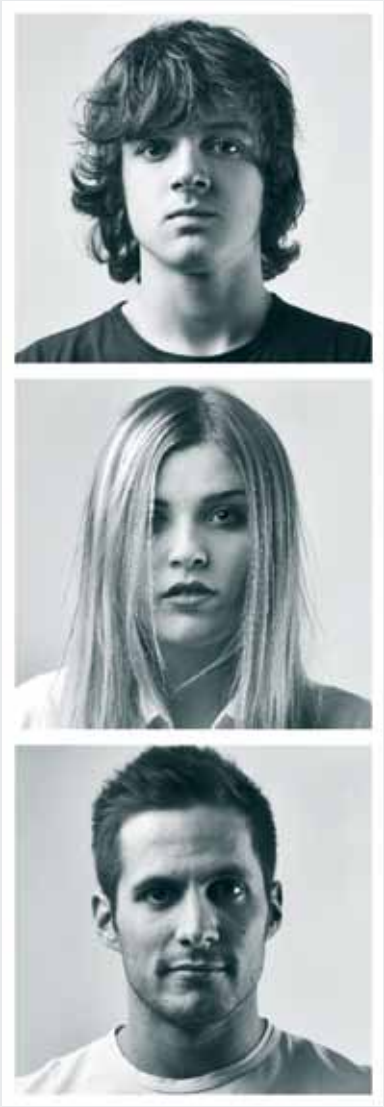
Mit dem Bereich des Online-Fundraisings entstand gleichzeitig der Beruf des Online-Fundraisers. Aber was ist Online-Fundraising genau? Und was unterscheidet einen herkömmlichen Fundraiser von einem Online-Fundraiser?

Fundraising bedeutet grundsätzlich die systematische Analyse, Planung, Durchführung und Kontrolle aller Aktivitäten einer Non-Profit-Organisation, die dazu bestimmt sind, die für einen konkreten Zweck benötigten Mittel (Geld, Sach- oder Dienstleistungen) zu möglichst geringen Kosten zu beschaffen. Der Schwerpunkt liegt dabei meist auf der Beschaffung von Geldmitteln.

Klassische Aufgabenfelder des Fundraisings sind die strategische und operative Planung, die Identifizierung und Segmentierung verschiedener Spender-Zielgruppen, Kontakt- und Beziehungsarbeit, Charity Shopping sowie Controlling. Beim herkömmlichen Fundraising spielen hierbei der persönliche Kontakt im Rahmen von Standaktionen, Straßensammlungen, Mailings oder das Eventmarketing eine besondere Rolle. Weitere Sektoren sind auch die Nutzung der Massenmedien, das Telefon-Fundraising wie auch die verschiedenen Möglichkeiten des Mobil-Marketings.

Gegenüber diesen konventionellen Methoden hat das Online-Fundraising einige markante Vorteile zu bieten. Kurz formuliert könnte man sagen: Es ist einfach schneller. Spenden können per Mausklick sofort ausgelöst werden (zum Beispiel via Lastschrift oder Kreditkarte). Die potenziellen Spender können schnell mit aktuellsten Mitteilungen versorgt werden (via Website, Newsletter). Durch die Nutzung von Social-Media-Portalen erfolgt eine größere Informationsstreuung, zu konkreten Anlässen können Online-Gemeinschaften gebildet werden (mehr Möglichkeiten der Einbindung von Freiwilligen). Einen besonderen Stellenwert nimmt das Fundraising über Suchmaschinen ein (SEO und SEM).

Auch für die „Hintergrundarbeit" bieten sich viele Vorteile: Der Wirkungsgrad einer laufenden Kampagne kann permanent analysiert und ausgewertet, modifiziert und optimiert werden. Der Online-Fundraiser kann tagesaktuell reagieren.



Fundraising im Web ist also durch eine permanente Modifizierung und Optimierung charakterisiert. Der Online-Fundraiser kontrolliert fortlaufend die Performance (Webanalyse/Tracking), optimiert Conversion und Usability, passt die Landing-Page an. SEO-Maßnahmen, meistens eine On-Page-Optimierung mit Hilfe verschiedener SEO-Tools, gehören mittlerweile zu den täglichen Pflichtaufgaben. E-Mail-Marketing, GoogleAdWordsAnzeigen (SEM) und Bannerwerbung sind weitere Standardinstrumente des Online-Fundraising.

Was aber sollte nun ein guter Online-Fundraiser für Voraussetzungen mitbringen?

Betrachtet man die Aufgaben, die ein Marketing-Manager im klassischen Marketing zu bewältigen hat, so spielen hierbei seine kreativen und kommunikativen Fähigkeiten besonders im Bereich des Digitalen eine wesentliche Rolle. Kreativ, um neue Kampagnenideen angepasst ans Web zu entwickeln. Kommunikativ, um mit einer webspezifischen Sprache mit dem Netzwerk aus Besuchern/Spendern und Multiplikatoren oder Medien umgehen zu können. Des Weiteren sollte er über eine gewisse soziale Kompetenz verfügen, um aus dem Besucher-Spender-Verhalten entsprechende Schlüsse zu ziehen.

Der Online-Fundraiser einer Organisation, die Spenden akquiriert, ist Marketing-Manager, Fundraiser, Webdesigner und Webentwickler in einem. Er muss kein Spezialist in all diesen Bereichen sein, aber er sollte ein fundiertes Grundwissen darin haben,

um das notwendige Verständnis für die Zusammenhänge aufzubringen. Regelmäßig arbeitet er mit Fundraisern, PR-Leuten, Webentwicklern und Agenturen an Spezialthemen wie SEO und SEA. Deshalb ist es empfehlenswert, wenn er über die bereits genannten Fähigkeiten hinaus auch noch über technisches Know-how verfügt, zumindest über ein fundiertes Wissen in HTML, CSS und JavaScript.

Je nach Konzept und Zielsetzung übernimmt der Online-Fundraiser die Umsetzung aller Online-Kanäle. Er sollte sich auch mit den klassischen Marketingkanälen auskennen, damit das Gesamtkonzept adäquat den Onlinekriterien angepasst werden kann. Konzeptionelle und analytische Fähigkeiten helfen ihm dabei, die geeigneten Marketingkanäle je nach Spendenprojekt auszuwählen.

Eine der Hauptaufgaben des Online-Fundraisers ist die Analyse und Auswertung der Daten der diversen Onlinekanäle. Da fast alle Daten in digitaler Form vorhanden sind, lassen sich daraus exakte Maßnahmen ableiten. Die Auswertung mitunter riesiger Datenmengen (Tracking-Tools, SEO-Tools) sowie das Erfassen der Zusammenhänge zwischen den verschiedenen Daten und Kanälen ist nicht immer eine leichte Aufgabe. Hierfür ist ein umfangreiches Grundwissen in SEO, sowohl theoretisch als auch praktisch, notwendig.

Ein guter Online-Fundraiser wird in der Zukunft ein immer wichtigerer Faktor werden. Klassisches Marketing und Online-Marketing rücken enger zusammen und sind mittlerweile eng miteinander verknüpft. Auch für das Fundraising wird diese Entwicklung immer stärker spürbar. Online-Fundraising wird immer komplexer und vielschichtiger. Der konventionelle Fundraiser und der Online-Fundraiser planen und gestalten gemeinsam ein einheitliches Konzept, das unabdingbar für eine erfolgreiche Unternehmenskommunikation ist. Konsequenterweise stellt sich daraus die Frage, wie die Online-Fundraising-Abteilung innerhalb einer Organisation selbst verortet sein sollte.

Eine Herausforderung für den Online-Fundraiser liegt in der richtigen Balance zwischen einer Online- und einer Offline-Welt. Denn das, was ein Online-Fundraiser nicht direkt sieht, ist die Hilfe, von der die Bedürftigen vor Ort profitieren. Und egal, wie sich die Arbeitswelt des Fundraisers in Zukunft auch noch ändern mag, die Hilfe vor Ort ist und bleibt der einzig reelle Maßstab aller Non-Profit-Tätigkeiten und -Aktivitäten.

Dr. Anes Sabitovic *ist seit 2004 bei Islamic Relief Deutschland im Onlinebereich tätig, wo er den Aufbau des Online-Fundraisings mitgestaltet. Er promovierte 2010 an der TU-Berlin zum Thema „M1usik im Netz".*

► *www.islamicrelief.de*

Wir bringen Licht ins Dunkel.

Zum Beispiel beim Fundraising. Generieren Sie Spenden im Internet mit unserem BFS-Net.Tool XXL. Sie brauchen keine Programme zu installieren oder Ihre Homepage umzubauen.

Sprechen Sie mit uns. Wir haben die Lösung.

Die Bank für Wesentliches.

Bank für Sozialwirtschaft

Berlin | Brüssel | Dresden | Erfurt | Essen | Hamburg | Hannover | Karlsruhe | Kassel
Köln | Leipzig | Magdeburg | Mainz | München | Nürnberg | Rostock | Stuttgart

www.sozialbank.de

Das Glück liegt auf der Straße?

Eine britische Studie sieht Face-to-Face-Fundraising als idealen Karrierestart

Jeder fängt mal klein an? Das gilt möglicherweise rückblickend für den einen oder anderen Fundraiser, der bereits über jahrelange Erfahrungen verfügt. Flow Caritas aus England will in einer eigenen Studie herausgefunden haben, dass Fundraising auf der Straße als beruflicher Einstieg in diesen Bereich bestens geeignet ist. Dabei sind aber die Zahlen der Studie im Prinzip nicht belastbar.

Von RICO STEHFEST

Seien wir ehrlich: Im Bereich des Fundraisings haben die Face-to-Face-Fundraiser (F2F) in den Fußgängerzonen den Ruf eines Autoverkäufers. Dass dem auch in Großbritannien so ist, zeigt bereits der Begriff des „chuggers", mit dem F2F-Fundraiser dort belegt werden: Die Kombination aus „charity" und „mugger" („Straßenräuber") strahlt ein gesundes Maß Antipathie aus.

Flow Caritas, eine Londoner Recruiting-Agentur für den Bereich F2F, will hier zum einen das Image jener Fundraiser verbessern und zum anderen mit ihrer Umfrage den tatsächlichen Wert des „street fundraising" aufzeigen. Rory White, Gründer von Flow Caritas, ordnet F2F entsprechend ein: „Das street fundraising ist ein wichtiger Teil der Fundraising-Branche und sollte auch als solcher anerkannt werden."

Nach eigenen Angaben wollte die Studie „Beweise dafür liefern, dass F2F-Fundraising ein geeigneter Startpunkt für eine Karriere im FR darstellt". Nur ist weithin bekannt, dass Studien, die nicht ergebnisoffen durchgeführt werden, mühelos die gewünschten Resultate liefern. Man muss nur einen entsprechenden Weg wählen. Genau das tut diese Studie.

Auf der Basis eigener Daten hat Flow Caritas vermeintlich geeignete Kandidaten für die Umfrage ausgewählt. Von ursprünglich 185 Teilnehmern, die die Umfrage geöffnet haben, wurde allerdings bereits zu Anfang durch zwei Ausschlussfragen der Großteil ausgesiebt. Zugelassen waren nur ehemalige F2F-Fundraiser, die heute in karitativen Fundraising-Abteilungen tätig sind.

SELBSTERFÜLLENDE PROPHEZEIUNG

Am Ende waren es noch ganze 82 Teilnehmer, die den Fragebogen komplett ausgefüllt haben. Und da eben genau diese Teilnehmer erfolgreich Karriere in der Fundraising-Branche gemacht haben, mag es kaum verwundern, dass der Großteil der Befragten die eigenen praktischen Erfahrungen aus der Anfangszeit durchweg als positiv und nützlich bewertete. Da von insgesamt 90 Teilnehmern der Studie aber eben nicht jeder alle Fragen beantwortet hat, sind die Ergebnisse auf die einzelnen Felder aufgesplittet desto schwieriger zu werten (zum Beispiel: „Wie lange haben Sie im street fundraising gearbeitet, bevor Sie in einen Büro-Job gewechselt sind?") Manche Fragen wurden lediglich von 30 Teilnehmern beantwortet.

So bricht man definitiv keine Lanze. Die Gefahr der verzerrenden, nicht repräsentativen Ergebnisse ist den Machern von Flow Caritas zwar bewusst, hat sie aber nicht von der Veröffentlichung der Studie abgehalten. Ganz im Gegenteil finden sie darin tatsächlich die nötigen Beweise dafür, dass F2F einen ausgezeichneten Start für eine Karriere im Bereich des Fundraising darstellt. Daraus schließen sie, dass eine solche Tätigkeit „unter Universitätsabsolventen und anderen Jobsuchenden" stärker gefördert werden solle.

Die Karrieretipps, die aus den Ergebnissen abgeleitet werden, können in einem Punkt zusammengefasst werden: Begeistere Dich für Deinen Job und Du bist erfolgreich! Und wer erfolgreich im F2F ist, wird Erfolg in jeder anderen Form von Fundraising haben, da street fundraising wohl die schwierigste Form darstellt.

Nur: Das wussten wir schon.

Die Studie kann direkt heruntergeladen werden unter www.flowcaritas.co.uk

ENTERBRAIN

Programmiert für mehr Möglichkeiten

2.0

professionelle Kommunikations- und Fundraising-Software für Ihre Non-Profit-Organisation

Aktuelle Windowsoberfläche

schneller

Modernes Design

einfacher

FIT FÜR SEPA 2014

aktuell

Zukunftsorientiert

sicher

Zertifiziert durch Wirtschaftsprüfer

Sie konzentrieren sich auf Ihre Mitglieder und Spender

Wir auf die Fundraising-Software

Zivilgesellschaft in Österreich

Hindernisse für Engagement und Mängel bei der Rechtssicherheit

Die Interessenvertretung Gemeinnütziger Organisationen (IGO) präsentiert mit dem Bericht „Civil Society Index – Rapid Assessment" erstmals eine international fundierte Analyse der Rahmenbedingungen für zivilgesellschaftliches Engagement in Österreich.

Von FRANZ NEUNTEUFL

„Von zehn befragten Österreichern schreiben neun gemeinnützigen bzw. Non-Profit-Organisationen (NPOs oder NGOs) einen sehr hohen oder eher hohen Stellenwert zu; mehr als jeder Zweite rechnet sogar mit einer Zunahme ihrer Bedeutung in den nächsten Jahren. 58 Prozent sind der Meinung, dass gemeinnützige Organisationen das Alltagsleben vieler Menschen bereichern. Genauso viele sehen den Staat durch sie entlastet. Gesundheit und soziale Dienste stehen dabei an erster Stelle, gefolgt von Familie, Kinder und Jugend. Vor allem jüngere Menschen halten NGOs bei den Themen Menschenrechte und Bildung für sehr wichtig. Das sind nur einige der Ergebnisse einer repräsentativen Telefonumfrage, die das Marktforschungsinstitut market im Auftrag der IGO durchgeführt hat. Gemeinsam mit dem Kompetenzzentrum für Non-Profit-Organisationen und Social Entrepreneurship an der WU Wien hat die IGO die demokratischen Rahmenbedingungen, Menschen- und Bürgerrechte, steuer- und sozialversicherungsrechtliche Bedingungen für gemeinnützige Organisationen sowie die Vergabe öffentlicher Mittel in Österreich untersucht.

„Mit 212 000 Beschäftigten und einer jährlichen Wertschöpfung von 5,9 Milliarden Euro ist der Dritte Sektor ein bedeutender gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Faktor, über den wir aber im Vergleich zu anderen Sektoren noch sehr wenig wissen", sagt Ruth Simsa, Leiterin des NPO-Kompetenzzentrums und eine der Autorinnen des Berichts. Die Verfasstheit der Demokratie ist formal in Ordnung, könnte in der Praxis aber besser sein. Verstärkte Beteiligungsmöglichkeiten für Bürger am politischen Prozess sind notwendig, um der Politikverdrossenheit entgegenzuwirken und gleichzeitig das enorme Know-how zivilgesellschaftlicher Initiativen zu nutzen.

Die Existenz von mehr als 110 000 Vereinen zeigt, dass es um die Vereinigungsfreiheit gut bestellt ist. Bedenklich ist hingegen, dass der seit Langem kritisierte Paragraph 278 StGB immer noch die Kriminalisierung zivilgesellschaftlichen Handelns ermöglicht. Ähnliche Tendenzen werden bei der Versammlungsfreiheit erkannt. Projektleiterin Romy Grasgruber-Kerl (IGO): „Repressive Maßnahmen seitens der Sicherheitsbehörden – wie wir sie jetzt vor, während und nach Versammlungen beobachten – sind im Sinne einer lebendigen Demokratie unbedingt zu vermeiden."

Was die Finanzierung von gemeinnützigen Organisationen angeht, wird in dem Bericht einmal mehr festgestellt, dass Öster-

reich insofern einen Sonderfall darstellt, als hier nur zwischen 1 bis 5 Euro pro Jahr und Einwohner aus Stiftungen für gemeinnützige Zwecke ausgeschüttet werden, während es beispielsweise in Deutschland 180 bis 230 Euro sind. Die Abhängigkeit von der öffentlichen Hand ist daher in Österreich mit 53 Prozent der Einnahmen relativ hoch. In Deutschland sind 95 Prozent der Stiftungen gemeinnützig und nur 5 Prozent eigennützig. In Österreich ist dieses Verhältnis genau umgekehrt.

Im Steuerrecht existiert zwar eine Reihe von Vorteilen für gemeinnützige Organisationen, bei dessen Anwendung gibt es aber nur bedingte Rechtssicherheit. Das liegt unter anderem daran, dass die steuerliche Begünstigung nicht im Vorfeld bestätigt wird, aber durch die Finanzbehörde – oft auch nur aus formalen Gründen – rückwirkend aberkannt werden kann. Oder wie es einer der in dem Bericht zitierten Steuerexperten drastisch formuliert: „Einer sitzt auf dem längeren Ast und hat eine Säge in der Hand, um den Ast abzuschneiden". Dringenden Handlungsbedarf gibt es deshalb bei der Rechtssicherheit und bei der Transparenz im Zusammenhang mit hoheitlichen Entscheidungen. Davon betroffen sind vor allem das Versammlungsrecht, das Steuerrecht, das Sozialversicherungsrecht und das Vergaberecht. Diese Mängel zu beseitigen kostet nichts, sondern reduziert im Gegenteil den Verwaltungsaufwand, schafft Klarheit und steigert die Effizienz.

Wie das gelingen kann, dafür enthält der Bericht mehr als 40 konkrete Vorschläge. Einige davon, wie die bessere Einbeziehung zivilgesellschaftlicher Organisationen in politische Entscheidungsprozesse oder die Förderung des gemeinnützigen Stiftungswesens, sind bereits im Regierungsprogramm enthalten und warten nur noch auf ihre Umsetzung. ◘

Franz Neunteufl
Absolvent der Universität für Bodenkultur in Wien, ist seit mehreren Jahren in der österreichischen Entwicklungszusammenarbeit tätig. Von 2003 bis 2011 war er Geschäftsführer der österreichischen Sektion von Ärzte ohne Grenzen. Seit April 2011 ist er Geschäftsführer der IGO.
► *www.gemeinnuetzig.at*

FUNDRAISINGBOX
Online-Software für Non-Profits

Maximale Flexibilität.

Die FundraisingBox besitzt enormes Erweiterungspotenzial.

PayPal · facebook · Helpedia · CleverReach · SOFORT ÜBERWEISUNG · burdawireless · Bank für Sozialwirtschaft · SEPA Lastschrift · MICROPAYMENT Lastschrift · yubico · Manuelle Lastschrift · Postmark App · MICROPAYMENT Kreditkarte · amazon web services · IBAN Rechner

Die FundraisingBox ist ein Online-Arbeitsplatz für gemeinnützige Organisationen, um erfolgreich Spenden zu sammeln, zentral Kontakte zu verwalten und optimal im Team zusammen zu arbeiten.

www.fundraisingbox.com
FundraisingBox – in Augsburg zuhause. Überall einsetzbar.

Für saubere Meere

Crowdfunding für ein Projekt zur Beseitigung von Plastikmüll aus den Ozeanen, das 2 Millionen US-Dollar sammeln will? Die Aktion lief über einen Zeitraum von 100 Tagen. Nach 98 Tagen war das Ziel erreicht. Dahinter steckt der 19-jährige Student der Raumfahrttechnik Boyan Slat aus Amsterdam, der mit seinen Unterstützern Anfang Juni eine 530-seitige Machbarkeitsstudie seiner Idee vorlegte, die von 70 Autoren stammt. Plastikmüll stellt eines der größten globalen Probleme dar. In mehreren sogenannten Müllstrudeln treiben zig Tonnen Plastikteile in den Meeren, die durch unterschiedlichste Einwirkungen zwar zerkleinert, aber letztendlich nicht beseitigt werden. Die Wirkungsweise des passiven Reinigungssystems „Ocean Cleanup" wird auf der Projektseite erläutert.

► *www.theoceancleanup.com*

Tierheim-Duell: Berlin gegen München

Eigentlich arbeitet ja hier niemand gegeneinander. Der Wettbewerbscharakter ist ja eher dam Spaßfaktor untergeordnet. Neu ist die Idee auch nicht. Unter dem Motto „Reetdach gegen Reeperbahn" hatten sich bereits Sylter mit Hamburgern „duelliert", um für die Seenotretter zu sammeln. Dieses Projekt erhielt den Preis für die beste Fundraisingkampagne. Nun tritt also der Tierschutzverein München gegen das Berliner Pendant an. „Münchner Kindl gegen Berliner Bär" sucht die tierischste Stadt. Ab dem 4. Oktober, dem Welttierschutztag, gilt es etwa vier Monate lang für beide Vereine, so viele Spenden wie nur möglich zu generieren. Beide setzen dabei vor allem auf digitale Kanäle, um eine junge und aktive Zielgruppe zu erreichen.

► *www.tierschutz-berlin.de* ► *www.tierschutzverein-muenchen.de*

Jetzt auch Schuhe

Die Deutsche Kleiderstiftung erweitert ihr Portfolio um das Angebot „Schuhgabe". Ausrangierte, aber gut erhaltene Schuhe können nun kostenfrei an die gemeinnützige Hilfsorganisation geschickt werden. Einfach einen Paketaufkleber unter www.schuhgabe.de herunterladen, einen großen Karton mit Schuhen packen und kostenfrei abschicken.

► *www.schuhgabe.de*

Neues Portal für Gemeinnützige

Mit responti gibt es nun ein weiteres Portal für gemeinnützige und soziale Organisationen. Da die Macher der Seite in Berlin sitzen, wundert es nicht, dass bislang nur Organisationen im Berliner Raum zu finden sind. Das lässt sich aber ganz einfach ändern: Man kann seine Organisation auf der Seite selbst registrieren und mit kurzen Informationen die eigenen Angebote vorstellen, oder auch einfach auf Veranstaltungen hinweisen. Das Basic-Paket gibt es umsonst, drei weitere Pakete mit entsprechend mehr Leistungen gibt es für knapp 20 Euro im Monat. Cenk Toprak, einer der Gründer, erläutert den Hintergrund: „Wir sind digitale Robin Hoods mit dem Ziel, mit Hilfe der Wirtschaftslobby gemeinnützige Vereine und Stiftungen zu unterstützen. Kleinere Vereine oder Stiftungen erhalten nämlich trotz ihres Beitrags eher wenig bis gar nichts: weder Spenden noch Aufmerksamkeit."

► *www.responti.com*

Ihr Projekt fehlt hier?

Wollen Sie uns über Ihre Organisation, Ihre Projekte und Aktivitäten informieren? Schreiben Sie an **redaktion@fundraiser-magazin.de** oder an

FUNDRAISER-MAGAZIN
Redaktion
Altlockwitz 19
01257 Dresden

Wir freuen uns auf Ihre Post.

Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++

Mit einem Klick Gutes tun

Mit dem Kauf von Tickets der ersten Bundesligaspiele des Hamburger Sport-Vereins kann jeder HSV-Fan mit nur einem Klick Gutes tun: Die gesamte Saison 2014/15 über haben Käufer von Tickets für Heimspiele des HSV die Möglichkeit, direkt einen zusätzlichen Euro an das SOS-Familienzentrum Dulsberg zu spenden. „Hamburg helfen" ist das Leitmotiv des Hamburger Wegs, eine Initiative des HSV und in Hamburg ansässiger Unternehmen unter der Schirmherrschaft von Hamburgs Erstem Bürgermeister Olaf Scholz.

▶ *www.sos-hv-hamburg.de*

Sei ein Impuls!

Käuferportal.de, das Beratungs- und Vermittlungsportal für große Anschaffungen rund ums Haus, sammelt noch bis zum 16. Oktober Spenden für gemeinnützige Vereine, die sich um Menschen mit Handicap oder Senioren kümmern. Auf der Seite www.sei-ein-impuls.de können Unterstützer ihre Spenden direkt an teilnehmende Stiftungen oder Vereine übermitteln. Die Organisation mit der höchsten Spendensumme erhält zusätzlich einen Treppenlift im Wert von 20 000 Euro geschenkt. Zur Auswahl stehen 22 Organisationen.

▶ *www.sei-ein-impuls.de*

Fairphone mit Free Software Donation Day?

Im Fairphone-Forum haben Teilnehmer den Free Software Donation Day erklärt. Jeden letzten Donnerstag im Monat sollen Anwender einfach so für ein Open-Source-Projekt spenden. Wer freie Software verwendet und – wie die meisten Fairphone-Anwender – gleichermaßen engagiert und zufrieden sei, solle einfach mitmachen und immer am Ende eines Monats mindestens fünf Dollar für ein Open-Source-Projekt spenden.

▶ *www.fairphone.com*

YouTube mit Spendenfunktion

Zunächst gilt es zwar nur für Australien, Japan, Mexiko und die USA, aber dabei wird es nicht bleiben: Wer über ein Google-Wallet-Konto verfügt, kann die Fan Funding genannte Funktion nutzen. Ein kleines Icon im Clipfenster weist die Nutzer von YouTube darauf hin, dass der Videomacher die Funktion aktiviert hat. Klickt man auf dieses Icon, erscheint ein Menü, in dem man zwischen festgelegten Beträgen (ein oder fünf Dollar) oder einen selbst bestimmten Betrag wählen kann. Neben einer festen Gebühr kassiert Google fünf Prozent des Spendenbetrags, sodass der Großteil tatsächlich an den Videomacher geht.

Mit „.hiv" gegen Aids

Die Domain-Endung .hiv soll zu einer sozialen Bewegung werden. Mit jedem Klick auf eine Internetseite, die diese Endung trägt, fließt eine Spende an Aids-Hilfsprojekte. Eine solche hiv-Adresse ist über den dotHIV e. V. beziehbar und kostet 13 Euro pro Monat. Hilfsorganisationen bekommen die Domain auch kostenlos. Die Endung ersetzt allerdings nicht bereits existierende Internetadressen, sondern stellt lediglich eine Umleitung dar. Die Endung .hiv ist das einzige soziale Anliegen mit einer eigenen Domain-Endung.

▶ *www. click4life.hiv/de*

Eine Autotür, die Gutes tun will

Die Hansa Funktaxi eG 211211 hat die Kampagne „Helfende Tür" gestartet. Dabei spendet die Genossenschaft 600 Türen von 300 Taxis als mobile Werbeflächen an gemeinnützige Organisationen aus Hamburg. Bis zum 30. Oktober 2014 können sich Organisationen für einen Platz auf den Taxitüren bewerben. Eine Jury wählt aus den Einsendungen drei von ihnen aus, die sich dann im Frühjahr kommenden Jahres zwei Monate lang auf Hamburgs Straßen präsentieren können.

▶ *www.helfende-tuer.de*

Es regnet Geld: In Berlin fielen ebenso bereits mehrere Säcke mit 1500 bis 3000 Euro vom Himmel wie in Frankfurt am Main. Initiatoren des Segens ist die Bürgerbewegung PEACE: Planet Earth Account Community Enterprise, die sich ein Weltkonto zum Ziel gesetzt hat. Joachim Ackva, Sprecher von PEACE: „Erstens: Es macht Spaß, zu teilen. Zweitens: Es gibt so viel Privatvermögen auf dem Planeten wie nie zuvor. Schon wenn wir freiwillig ein Tausendstel unseres Vermögens in einem Weltkonto zusammenlegen, ergibt das hundert Mal das reguläre Jahresbudget der Vereinten Nationen. Damit lassen sich globale Schandmale wie extreme Armut, Krieg und Umweltzerstörung glaubwürdig angehen."

▶ *www.PlanetEarthAccount.de*

frc Spenden MANUFAKTUR

Großzügigkeit lebt von Vertrauen

… und Vertrauen lebt von persönlichem Kontakt. In persönlichen Gesprächen mit Ihren Spendern vermitteln unsere Mitarbeiter Vertrauen durch Transparenz, Empathie und fachliches Wissen.

Reden Sie mit uns und vertrauen Sie auf unsere langjährige europaweite Erfahrung. Es lohnt sich.

FRC Spenden Manufaktur
Alt-Moabit 89, 10559 Berlin

+49 30 23 32 91 17
h.menze@spenden-manufaktur.de
www.spenden-manufaktur.de

Und sei es nur für eine Sekunde …

Sorgenfrei sein: Das ist allen ein großer Wunsch. Gerade Menschen mit Krebs schaffen es laut der Mimi Ullens Foundation aber nur selten, ihre existenzielle Bedrohung und Sorge für einen Moment zu vergessen. Deshalb hat die Stiftung 20 Patienten eingeladen, bei denen Krebs diagnostiziert wurde. Sie wurden gebeten, die Augen zu schließen, wurden gestylt und vor einem Einwegspiegel postiert. Den Moment, als die Teilnehmer wieder die Augen öffnen durften und sich mit neuer Haarpracht im Spiegel sahen, hat die Mimi Ullen Foundation gemeinsam mit der Agentur Leo Burnett France in Bilder gebannt. Das Ergebnis wurde in einer Ausstellung in Brüssel den Angehörigen präsentiert und als Fotoband mit dem Titel „Ne serait-ce qu'une seconde" („Und sei es nur für eine Sekunde") an Meinungsmacher weltweit versandt. Das Making-off-Video erhielt binnen zwei Wochen über 15 Millionen Klicks auf Youtube. Der Band ist für 60 Euro über die Stiftung beziehbar.

▶ *www.mimi-foundation.org*

Harte Kerle mit heißer Nadel

Sie heißen Carsten und Tim und sind beide Hubschrauberpiloten der Polizei. Auch in ihrer Freizeit verbindet sie ein gemeinsames Projekt: Sie häkeln. Und das für einen guten Zweck. Aus dem Verkaufserlös ihrer Mützen aus reiner Merinowolle gehen pro Stück fünf Euro an den Weissen Ring.

Im Online-Shop hat man die Wahl zwischen verschiedenen Modellen, entweder long oder short, hot oder cool, mit Bommel oder Pompom. Und wer dort trotzdem nicht den Kopfwärmer seiner Träume findet, begibt sich einfach in die Rubrik „Querköpfe". Dort kann man individuell Farben, Muster und Form kombinieren und erhält vorab einen digitalen Entwurf. Und das alles ohne Aufpreis.

Außerdem rufen die beiden zum „lässigen Helfen" auf: Für ihre Weihnachtsaktion sammeln sie Selbstgehäkeltes für die Bewohner des Kinderhilfezentrums Düsseldorf. Wohin man seine Werke schicken kann, ist auf der Homepage in Erfahrung zu bringen. Die beiden Häkelhelden sind im Übrigen auch für den diesjährigen Engagementpreis nominiert.

▶ *www.haekelhelden.de*

Afrika fährt Fahrrad

Für manche gehört es heute aus ökologischen Gründen zum guten Ton, mit dem Drahtesel unterwegs zu sein. Oder man tut es aus gesundheitlichen Erwägungen. Aber dass ein Fahrrad die eigene Existenz unterstützt, ist wohl eher die Ausnahme. Das ist in Afrika schon eher der Fall. Deshalb konzentriert sich der sächsische Verein „Fahrräder für Afrika" auf die Gebiete südlich der Sahara und sammelt fleißig ausgediente Zweiräder. Die werden aber nicht nur verteilt. Der Verein bildet auch Fahrradmechaniker aus, die sich damit eine Einkommensquelle schaffen können.

Und wer ein Fahrrad hat, ist nicht nur mobil, sondern erweitert damit auch seinen Aktionsradius und kann beispielsweise eine berufliche Tätigkeit aufnehmen oder Kinder können weiter entfernte Schulen besuchen. Bis Anfang des Jahres hatte der Verein bereits 75 000 Fahrräder verschifft und 13 500 Mechaniker ausgebildet.

▶ *www.fahrraeder-fuer-afrika.de*

Der Bundesverband Deutsche Tafel e. V. hat die Kampagne „Ich helf mit. Und du? – Junge Tafel-Freiwillige stellen sich vor" ins Leben gerufen. Ehrenamtsbewegungen wie die Tafeln stehen immer mehr vor der Herausforderung, vor allem junge Menschen für das gesellschaftliche Engagement zu gewinnen. Auf der interaktiven Webplattform www.junge-tafel.de können Freiwillige im Alter von 16 bis 29 Jahren sich und ihr Engagement vorstellen. Hier haben sie die Möglichkeit, sich mit Gleichgesinnten auszutauschen und zu vernetzen sowie gleichzeitig andere junge Leute für die Tafelarbeit zu motivieren.

▶ *www.junge-tafel.de*

Advertorial

marketwing referiert an der Columbia University New York

Rona Lönnecke-Busch und Hans-Joachim Eisenschmidt folgten dem Ruf an die Columbia University

Im Juni 2014 hat die altehrwürdige Columbia-University (New York City/USA) zu einem internationalen Forum rund um das Thema „Philanthropy and Fundraising in Europe" eingeladen. Das Professoren-Team setzte sich zusammen aus Valerio Melandri (Gastprofessor an der Columbia University und Direktor der Universität in Bologna/Italien), Gregory Muth (Professor an der Columbia University/USA) und Doug White (Professor an der Columbia University/USA). Es referierten die führenden Fundraising-Agenturen aus sieben europäischen Ländern (Frankreich, Belgien, Italien, Österreich, Niederlande, Großbritannien und Deutschland). Die zentrale Frage war: Was können die Amerikaner von den Europäern im Bereich Fundraising lernen?

Deutschland wurde repräsentiert durch marketwing aus Garbsen. Rona-Hella Lönnecke-Busch (Chief Consultant) und Geschäftsführer Hans-J. Eisenschmidt stellten den deutschen Fundraisingmarkt vor, referierten über besondere Rahmenbedingungen und präsentierten dem interessierten Publikum eine konkrete Fundraisingstrategie „Five steps in case of emergency". Anhand der Fallstudie wurden konkrete Schritte aufgezeigt, mit denen professionelles Fundraising unter Zeitdruck erfolgreich funktionieren kann. Die Vertreter von marketwing luden dazu ein, diese Studie anhand eigener Erfahrungen zu erweitern und den jeweiligen Länderbedingungen anzupassen.

Professor Doug White gratulierte zu einer „fundierten, informativen und kurzweiligen Vorlesung", Professor Valerio Melandri lud die marketwing-Referenten spontan zu einem Vortrag an die Universität in Bologna ein. Im Anschluss an die Vorlesung stellten sich die Vertreter der einzelnen Agenturen den interessierten Studenten und Fundraisern zur Diskussion.

Man muss nur wollen!

„Willi will's wissen" … und syrischen Flüchtlingen helfen

Der Journalist Willi Weitzel ist durch die Fernsehsendung „Wili will's wissen" so gut wie jedem Kind bekannt. Diese Tatsache hat er genutzt und fuhr im Mai unter den Augen der Öffentlichkeit mit einem Lkw voller gespendeter Hilfsgüter 7931 Kilometer bis an die syrische Grenze und wieder zurück. Tatkräftige Unterstützung fand er dabei vor allem bei seiner Zielgruppe. Ein überaus erfolgreiches Projekt, obwohl eine einzige Lkw-Ladung mit Spenden kaum etwas bewirken kann. Aber darum ging es nicht in erster Linie.

Von RICO STEHFEST

Die Sendeformate aus der Willi-Reihe stehen vor allem für Neugier, Offenheit und stetigen Wissensdurst, verbunden mit einem Blick über den Tellerrand. Insofern fügt sich Willi Weitzels Hilfsprojekt nahtlos ins Portfolio. Als ihm der offene Brief des Kriegsreporters Christoph Reuter über die katastrophalen Zustände in Syrien in die Hände fiel, kam ihm die Idee, Spenden zu sammeln, um diese persönlich Flüchtlingen an der Grenze zu Syrien zu bringen. Und das natürlich in Begleitung der Medien.

Willi Weitzel ist zwar als Reporter für Kinderprogramme bekannt, sein Engagement und sein Einsatz vor allem für Kinder geht aber darüber hinaus. So setzt er sich beispielsweise als Unicef-Pate für die Rechte von Kindern ein. Daher ist es nur konsequent, dass er in seinem Hilfsprojekt eine Form der Ansprache wählt, die Kinder als Zielgruppe in den Fokus nimmt. Dass diese am Ende die Geldspenden nicht selbst überbringen, ist klar. Ebenso klar ist aber auch die Rolle der Kinder als Multiplikatoren. Und um an diese gezielt heranzutreten, bedarf es keiner komplizierten Aktionen. Willi Weitzel hat sich kurzerhand an seine eigene ehemalige Grundschule und sein Gymnasium gewandt. Deren Direktoren standen sofort hinter der Idee. So entstanden mehrere Sammelaktionen für Sachspenden von der Zahnbürste bis hin zu Stiften und Fußbällen.

Überzeugend ist an diesem Projekt die unbefangene Herangehensweise. Willi Weitzel benötigt einen dicken Lkw, sonst kann er die Spenden nicht transportieren. Also hat er sich in den Kopf gesetzt, einen zu organisieren. Tatsächlich hat ihm eine Fahrschule einen 7,5-Tonner zur Verfügung gestellt. Kostenlos.

Auch die Spenden ließen nicht lange auf sich warten. Am Ende waren es so viele, dass nicht alles auf den Transporter passte. Tatsächliche Probleme stellte aber die internationale Bürokratie dar. Die erste Etappe der Reise sollte Willi, seinen Bruder und seinen Schwager (der den Blog mit Fotos und Videoclips fütterte) ins türkische Antakya führen, wo 150 Flüchtlingskinder leben. Nur sind die türkischen Einfuhrbestimmungen nicht die der EU: Die wohlmeinenden Helfer erhielten keine Einfuhrgenehmigung. So

stand die gesamte Aktion noch zehn Tage vor der geplanten Abreise Anfang Mai vor dem Aus, weil der Rote Halbmond, die einzige türkische Organisation, die Hilfsgüter importieren darf, keine gebrauchten Waren annimmt.

PLAN B

Alternativ entwickelten Willi Weitzel und seine Helfer den Plan, die gespendeten Güter an syrische Flüchtlinge im bulgarischen Harmanli zu verteilen, um im nächsten Schritt mit leerem Lkw in die Türkei einzureisen und dort von gespendetem Geld, in der Gesamtsumme fast 27.000 Euro, neue Waren zu kaufen. Gesagt, getan.

Dieser Plan ließ sich zwar realisieren, aber ebenfalls nicht ohne bürokratische Hürden an den Grenzübergängen. Nach Harmanli lag Istanbul auf der Route, wo nicht nur die neuen Waren gekauft wurden. Hier machte Willi Weitzel auf die Arbeit des SyrienHilfe e. V. aufmerksam, der in Istanbul ein Schutzhaus für Flüchtlingsfamilien einzurichten versucht.

Letzte Station und eigentliches Ziel ganz am südlichsten Zipfel der Türkei war ein Kinderhaus in Antakya, das vom Jesuiten-Flüchtlingsdienst betrieben wird.

EIN SPIEL?

Die gesammelten Hilfsgüter selbst mögen faktisch nur ein Tropfen auf den heißen Stein sein. Die Aktion im Ganzen ist allerdings von Bedeutung: Durch die öffentlichkeitswirksame Kommunikation und die Einbeziehung vor allem von Kindern und Jugendlichen wird ihnen auf niederschwellige Art die syrische Kriegs- und Flüchtlingsproblematik nahegebracht. So begegnen sie einem komplexen und in hiesigen Verhältnissen kaum nachvollziehbarem Problem auf Augenhöhe. Auch die Art der Ansprache nimmt die jüngere Zielgruppe ins Auge. Die bürokratischen Hürden der Türkei hinsichtlich der Einfuhrbestimmungen für Hilfsgüter, die sich im Lauf der Vorbereitungen zu immer höheren Wänden aufzutürmen scheinen, werden mit dem nötigen Ernst dargestellt, wirken in der Summe aber eher wie ein kleines, fast notwendiges Detail innerhalb eines großen Abenteuers. Ein Spiel?

Die Aktion hat in ihrem Öffentlichkeitscharakter durchaus auch einen pädagogischen Impetus: Es gibt Hindernisse, überall. Und wird es immer geben. Aber genauso gibt es auch immer eine Lösung und einen Ausweg. Gemeinsam ist eine Menge machbar. Man muss nur wollen.

www.williwillhelfen.de
www.syrienhilfe.org

GRÜN
SOFTWARE AG

1 MILLIARDE
EURO SPENDEN

So viele Spenden verarbeiten unsere Kunden jährlich mit unseren marktführenden Software-Produkten. Vielen Dank für die vertrauensvolle Zusammenarbeit.

GRÜN Software AG · Augustastraße 78 · D - 52070 Aachen · Tel. + 49 (0)241 18 900 www.gruen.net

Die Heilsarmee rockt!

Musik als erfolgreiches Marketing-Instrument

Die Heilsarmee will sich von anderen Hilfsorganisationen abheben. Aber wie, fragten sich die Verantwortlichen. Die Antwort lautete: mit Musik. Zwei Beispiele, wie Musik und Marketing erfolgreich verbunden werden.

Von HOLGER STEFFE

Jedes Hilfswerk steht vor der Herausforderung, sich so gut es geht aus der Masse der Organisationen herauszuheben. Etablierte Organisationen wie die Heilsarmee haben auf Grund ihrer Geschichte einen gewissen Bekanntheitsvorsprung, kommen aber trotzdem nicht drum herum, immer wieder am eigenen Auftritt zu feilen.

DIE SINGENDEN SOLDATEN

Gegründet vor über 130 Jahren in England als Sprachrohr für Menschen in Armut, war das Anliegen der Heilsarmee von Anfang an, aktiv gegen soziale Missstände vorzugehen. In dieser Zeit entstand der Slogan „Suppe, Seife, Seelenheil“, der bis heute Bestand hat.

Diese Schlagworte reichen aber nicht für ein Alleinstellungsmerkmal. Viele Organisationen beanspruchen diese Themen für sich. Was macht die Heilsarmee also einzigartig und hebt sie von anderen Non-Profit-Organisationen ab? Es ist etwas, wofür sie gleichermaßen geschätzt und respektiert, aber ebenso belächelt wird: die Musik. Die Auftritte während der Weihnachtszeit bei der Topfkollekte kennt fast jeder. Die Heilsarmee ist seit jeher das singende Hilfswerk. Auf diese Art machten die Heilsarmee-Soldaten von Anfang an auf ihre Arbeit aufmerksam und sammelten Geld. Die Heilsarmee ist so bekannt für die Straßenkollekte mit Musik, dass sie Auftritte in verschiedenen Filmen hatte, unter anderem auch bei „Mister Bean“.

GANZ EUROPA SCHAUT ZU

Was heißt das jetzt konkret für das Marketing und Fundraising? Die erste Aktion, ursprünglich als Marketing-Gag gedacht, entwickelte sich zum Überraschungserfolg: die Bewerbung für den Eurovision Song Contest. Sie sollte Aufmerksamkeit generieren und das verstaubte Image der Heilsarmee ein wenig auffrischen.

Und so stellte man ein Team aus Jung und Alt zusammen. Mit dabei als besonderer Publikumsliebling und ältester Teilnehmer: Emil Ramsauer mit 94 Jahren. Ein rockiger Song wurde komponiert und das Video dazu gedreht. Gleichzeitig mit der Bewerbung beim Schweizerischen Fernsehen wurden die Medien informiert. Die Pendlerzeitung „20 Minuten“ brachte die Story als „Primeur“.

ÜBERWÄLTIGENDE REAKTIONEN

Die Reaktionen und Berichterstattungen in den schweizerischen Zeitungen waren gewaltig. Und das war noch nicht das Ende. Mit einer Traumquote von 37 Prozent entschied die Heilsarmee die nationale Ausscheidung für sich und vertrat die Schweiz beim Eurovision Song Contest in Malmö. Dort reichte es dann leider nicht bis ins Finale. Trotzdem war und ist man mit dem Erreichten mehr als zufrieden. Die Heilsarmee war von der Anmeldung für die Schweizer Ausscheidungsshow im

Herbst 2012 bis zur Ausscheidungsshow in Malmö über sieben Monate in den Medien präsent. Die gesamten Berichterstattungen beliefen sich auf ein Anzeigenäquivalent von 21 Millionen Franken. Auf YouTube klickten 700 000 Menschen das Video zu „You and me“ an.

Die Song-Contest-Bewerbung brachte aber auch Herausforderungen mit sich, die vorher unterschätzt wurden: Die Marketing-Mitarbeiter waren vollkommen ausgelastet und die Organisation teilweise überfordert mit der großen Resonanz. Dazu kam die Einschränkung, dass die Band nicht in Uniform und unter dem Namen Heilsarmee auftreten durfte. Nach längerem Ringen wurde mit „Takasa“ (Suaheli: „reinigen“) eine passende Lösung gefunden.

Die Musik spielt im Fundraising natürlich auch noch woanders, nämlich bei den Spendern. Die Herausforderung war dabei, in der Weihnachtszeit neue Spender zu gewinnen und gleichzeitig die Investitionskosten möglichst gering zu halten.

WEIHNACHTEN, SINGEN, ZUSAMMENRÜCKEN

Am Ende stand ein Streuwurf (Postwurfsendung), der die Heilsarmee und Weihnachten auf einfache, aber starke Art verband: ein hochwertiger vierseitiger A4-Liederbogen mit vier bekannten Weihnachtsliedern. Der Bogen hatte ein ablösbares Innenblatt, in dem die Arbeit der Heilsarmee kurz vorgestellt und Spendenbeispiele aufgezeigt wurden sowie einen perforierten Einzahlungsschein als Response-Element. Durch das Entfernen des Innenblattes konnte der Liederbogen problemlos als Geschenk oder zum eigenen Gebrauch aufbewahrt werden. Mitte Dezember wurde er an über zwei Millionen Haushalte in der Schweiz verschickt.

Der Liederbogen brachte es auf einen überwältigenden Response-Wert von 1,0 Prozent (Vergleich Branche: ca. 0,4 Prozent). Am Schluss konnten ein Gewinn verbucht und über 15 000 Neugönner begrüßt werden. Der Streuwurf ermöglichte auch, Spender zu reaktiveren und das Thema Weihnachten wieder in den Vordergrund zu stellen. Spender bestellten sogar Liederbögen nach, um sie zu verschenken oder an Weihnachten zum Singen zu nutzen. Ein schöner Nebeneffekt.

Holger Steffe *ist Fundraising-Manager (FA) und verfügt über einen B.A. in Intercultural Studies. Als Verantwortlicher für Public Fundraising ist er zuständig für das Direkt-Marketing und die Weihnachtskampagne der Heilsarmee Schweiz.*

- *www.heilsarmee.ch*
- *www. takasa.ch*

Walter Schmid AG

Die beste Adresse für Adressen

Spenderadressen

- Auswahl und Beschaffung von Spenderadressen
- Analyse, Veredelung und Adressenbereinigung von Spenderadressen
- Auf- und Ausbau leistungsfähiger Gönner-Datenbanken
- Entwicklung von Marktbearbeitungs-Konzepten
- Drucken, Personalisieren, Lettershop, Postaufgabe

Walter Schmid AG

Auenstrasse 10 · CH-8600 Dübendorf · Telefon (+41) 44 802 60 00 · mail@wsag.ch · www.wsag.ch

Altern macht erfinderisch

Drei Projekte versuchen dem demografischen Wandel zu begegnen

Der demografische Wandel erscheint in der öffentlichen Diskussion mitunter wie ein Damokles-Schwert. Ja, er wird gesellschaftliche Veränderungen mit sich bringen. Das gilt als unausweichlich. Entscheidend ist aber, jene Veränderungen vorzubereiten und ihnen jetzt und heute zu begegnen. Drei Projekte zeigen, wie das aussehen kann.

Von RICO STEHFEST

Dass angesichts dieser Herausforderungen in erster Linie der gemeinnützige beziehungsweise soziale Sektor in die Pflicht genommen wird, liegt nahe. Die Problematik der Isolation trifft ältere Menschen aufgrund eines sich in der Regel immer weiter verkleinernden Aktionsradius' eher als jüngere Generationen. Um dieser Isolation vorzubeugen und die Generationen zusammenzubringen, gibt es bereits vielerorts Initiativen, wie beispielsweise die Schweizer Aktion „Adopt a Rentner".

Einen solchen Großelterndienst bietet unter anderem auch das Diakonische Werk Hannover an. Mehr als 100 Wunschomas und -opas betreuen Kinder zum Beispiel außerhalb von Kita-Zeiten für bis zu 20 Stunden pro Monat. Diese in der Regel sehr persönlichen Beziehungen zwischen Kind und „Großeltern" sind aber nicht als Ersatz, sondern als Ergänzung innerhalb des Kreises der Bezugspersonen gedacht. So fungieren die „Großeltern" auch nicht selten als Ratgeber für die Eltern. Die Sinnhaftigkeit eines solchen Projektes zeigt sich bereits darin, dass das Diakonische Werk Hannover dringend nach weiteren Wunschgroßeltern sucht.

Für weniger agile Senioren bieten die Malteser in Berlin eine besondere Form der Betreuung. All jene, die aus den unterschiedlichsten Gründen das Haus nicht mehr so häufig verlassen, können die „MalteserRedezeit" nutzen, ein kostenloses Angebot, bei dem Senioren von geschulten Ehrenamtlichen angerufen werden, um ihnen per Telefon Zeit zu schenken. Einfach nur zuhören und dem Angerufenen Aufmerksamkeit widmen, ist der Kern dieses Projektes. Bei Bedarf sind die Ehrenamtlichen auch in der Lage, Hilfe und Beratung für den Alltag zu leisten. Auch für dieses Projekt werden stets Freiwillige gesucht.

Der Herausforderung zunehmender Entfremdung zwischen den Generationen nimmt sich das Projekt „Was ist bloß mit Opa los?" des Vereins eben im Leben e.V. aus Hamburg an. Claudia Unruh und Nicole Kuchenbecker wollen Kinder mit dem Phänomen der Demenz bekannt machen, um Berührungsängsten und eventueller Überforderung innerhalb der Familie vorzubeugen. Scheinbar kann man damit nicht früh genug beginnen. Ihre Zielgruppe sehen sie nämlich bereits in Kindergärten und Grundschulen. Innerhalb von drei Tagen werden die Kinder für eventuelle Krankheitsfälle sensibilisiert, erfahren in Rollenspielen Details über das Krankheitsbild und besuchen gemeinsam Pflegeeinrichtungen. ◘

▶ *www.diakonisches-werk-hannover.de*
✉ *redezeit@malteser-berlin.de*
▶ *www.ebenimleben.com*

Möchten Sie Ihre Spender vervielfachen?

Aktion Fifty-Fifty **bei halbem Risiko**

Fragen Sie bei uns nach dieser Aktion und Sie reduzieren damit Ihr Investitionsrisiko in der Neuspendergewinnung!

Senden Sie einfach eine E-Mail mit dem Betreff „Aktion Fifty-Fifty“ an linda.neugebauer@directmind.at oder rufen Sie an +43 1 6023912 - 390!
Aktion gültig bis 30.10.2014

DIRECT mind

Köpfe & Karrieren

Generationswechsel bei der Bank für Sozialwirtschaft

Oliver Luckner, **Thomas Kahleis** und Prof. Dr. **Harald Schmitz** (v.l.) und wurden vom Aufsichtsrat der Bank für Sozialwirtschaft AG einstimmig in den Vorstand berufen. Sie lösen Prof. Dr. Dr. Rudolf Hammerschmidt und Dietmar Krüger ab, die nach siebzehn Jahren als Vorstände am 30. Juni 2014 in den Ruhestand gingen. Mit Blick auf das in den nächsten Jahren erwartete weitere Wachstum der Bank für Sozialwirtschaft AG wird der Vorstand im Rahmen des Generationswechsels damit von zwei auf drei Personen erweitert.

Preis „Soziale Marktwirtschaft“

Der geschäftsführende Gesellschafter der Schuhhandelskette Deichmann, **Heinrich Deichmann**, erhält den diesjährigen Preis „Soziale Marktwirtschaft“ der Konrad-Adenauer-Stiftung. Mit dem undotierten Ehrenpreis zeichnet die Konrad-Adenauer-Stiftung seit dem Jahr 2002 Persönlichkeiten aus, die sich mit herausragendem unternehmerischem Handeln, aber auch durch die Wahrnehmung sozialer und gesellschaftlicher Verantwortung um die soziale Marktwirtschaft verdient gemacht haben. Die Preisverleihung findet am 25. November 2014 in der Frankfurter Paulskirche statt.

Personalsuche leichtgemacht

Mit einer Personal-Anzeige im Fundraiser-Magazin finden Sie garantiert engagierte Menschen, die optimal auf Ihre zu besetzende Stelle passen. Probieren Sie es aus!

Personalanzeigen haben im Fundraiser-Magazin ermäßigte Preise: Diese Anzeige (1/4 Seite, 88 mm breit x 125 mm hoch) kostet nur 255,50 €*

Außerdem stehen alle Anzeigen der Printausgabe ohne weitere Kosten zusätzlich in unserem Online-Stellenmarkt.

Zu weiteren Formaten und Preisen sprechen Sie bitte mit Matthias Daberstiel, Telefon: 03 51/8 76 27-70, E-Mail: daberstiel@fundraiser-magazin.de

* zuzüglich Mehrwertsteuer, gilt ausschließlich für Personalanzeigen!

Verstärkung für den Bundesverband Deutscher Stiftungen

Birgit Radow wird ab dem 1. Oktober 2014 stellvertretende Generalsekretärin des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen. Sie tritt die Nachfolge von Prof. Dr. Burkhard Küstermann an, der zur Brandenburgischen Technischen Universität Cottbus-Senftenberg gewechselt ist. Zuvor war die in Hamburg geborene Kauffrau Geschäftsführerin der Deutschen Wildtier Stiftung. Die Mutter zweier erwachsener Töchter ist zudem Mitglied des Aufsichtsrates der Charité – Universitätsmedizin Berlin.

Neuer Stiftungspräsident der Schweizer Tafel

Die Gründerin der Schweizer Tafel Yvonne Kurzmeyer gibt ihr Amt der Stiftungspräsidentin an Dr. **Rudolf W. Hug** ab, der seit zwei Jahren als ehrenamtliches Stiftungsratsmitglied tätig ist. Zu seiner einstimmigen Wahl zum Stiftungspräsidenten sagte der promovierte Rechtswissenschaftler: „Was die Schweizer Tafel tut, macht so enorm viel Sinn, dass ich mich freue, unser tolles Team noch aktiver unterstützen zu können.“

Mehr Fundraising für die Landeskirche Baden

Seit April verstärkt **Luise Bröther** den Bereich Fundraising bei der Evangelischen Landeskirche in Baden. Sie ist im Evangelischen Oberkirchenrat in Karlsruhe verantwortlich für den neuen Tätigkeitsbereich Engagementförderung und Beziehungspflege sowie die Refinanzierung von Krankenhausseelsorgestellen. Darüber hinaus ist sie bei der Evangelischen Stiftung Pflege Schönau in Heidelberg im Beziehungsmanagement tätig.

Neue Präsidentin bei ISTR

Auf der diesjährigen Mitgliederversammlung der International Society for Third Sector Research (ISTR) wurde die Deutsche **Annette Zimmer** zur neuen Präsidentin gewählt. Sie gehört zu den deutschen Wissenschaftlerinnen, die sich am längsten und intensivsten mit dem Themenfeld Zivilgesellschaft beschäftigt haben. Zahlreiche Publikationen weisen sie als eine der profiliertesten Zivilgesellschaftsforscherinnen Europas aus. Sie ist seit 2008 Vorstandsmitglied der ISTR.

Verstärkung bei Viva con Agua

Der Viva con Agua de Sankt Pauli e. V. holt **Claudia Gersdorf** als Bereichsleiterin Unternehmenskommunikation und Pressesprecherin an Bord. Der vormalige Pressesprecher Christian Wiebe wird sich noch intensiver der VcA-Wasserprojektarbeit widmen. Bisher managte Claudia Gersdorf pen paper peace e. V. und arbeitete für Ärzte ohne Grenzen sowie Oxfam. Sie ist Mitinitiatorin von Playback Berlin sowie des ersten Campaign Bootcamps in Deutschland.

Neue Pressesprecherin der Diakonie Katastrophenhilfe

Anne Dreyer ist neue Pressesprecherin der Diakonie Katastrophenhilfe und informiert über den Einsatz des evangelischen Hilfswerks für Menschen in Not weltweit. Zuvor war sie Leiterin Öffentlichkeitsarbeit und Pressesprecherin der Stiftung Menschen für Menschen, Karlheinz Böhms Äthiopienhilfe. Die Kommunikationswissenschaftlerin hat berufsbegleitend einen MBA-Studiengang an der Technischen Universität München absolviert.

Unterstützung für VIER PFOTEN

Anika Hübner hat die Position der Head of Communications bei der Tierschutzstiftung VIER PFOTEN Deutschland übernommen. Seit August bringt die gelernte Werbekauffrau und Kommunikationswirtin, die zuletzt als Etat-Direktorin bei der Werbeagentur Scholz & Friends in Hamburg tätig war, ihre Berufserfahrungen als Marketingexpertin bei VIER PFOTEN ein. Mit dieser Position übernimmt die gebürtige Hamburgerin die gesamte Kommunikationsplanung und Umsetzung aller PR- und Marketingmaßnahmen der Stiftung für Tierschutz.

Zuwachs bei Brot für die Welt

Thilo Hoppe ist seit Juni entwicklungspolitischer Beauftragter des evangelischen Hilfswerks Brot für die Welt. Er berät den Vorstand und ist die Schnittstelle des Werkes zu Bundesregierung, Parlament, Parteien und NGOs der Entwicklungsszene. Thilo Hoppe war von 2002 bis 2013 für Bündnis90/Die Grünen Mitglied des Bundestages, davon vier Jahre Vorsitzender des Ausschusses für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung. Er ist zudem Vorsitzender der Kammer für nachhaltige Entwicklung der Evangelischen Kirche Deutschlands (EKD).

Selbstständig im Adressmanagement

Simone Pfaff, Expertin für Spenderadressen, hat sich Anfang Juli mit der simonepfaff Listbroking GmbH selbstständig gemacht. Bisher war sie als Zielgruppenberaterin bei der orthdirekt Listmanagement GmbH tätig. Simone Pfaff hat mehr als zehn Jahre Erfahrung im Listbroking und Fundraising. Sie verfügt über enge Kontakte zu Adress-Eignern und Listbrokern und hat Zugriff auf nahezu alle in Deutschland verfügbaren Adresslisten. „Die intelligente Adressauswahl bleibt nach wie vor wesentliche Voraussetzung für den Erfolg bei der Gewinnung neuer Spenderinnen und Spender", ist sie überzeugt.

Universität Basel baut Fundraising auf

Caroline Mattingley-Scott wechselte zum 1. Mai 2014 als Leiterin Hochschulförderung an die Universität Basel, um dort das strategische Fundraising aufzubauen. Dass Fundraising an deutschsprachigen Hochschulen erfolgreich eingesetzt werden kann, bewies sie vorher an der Goethe-Universität Frankfurt am Main und an der Universität Karlsruhe, dem heutigen Karlsruher Institut für Technologie (KIT). Mit Fundraising begonnen hatte Caroline Mattingley-Scott für das UNESCO-Projekt „Bildung für Kinder in Not", später leitete sie die Geschäftsstelle der Stiftung United World Colleges in Deutschland.

Neuer Leiter Customer Service

Anfang Mai hat **Markus Scherer** die Leitung des Customer Service bei der atms Telefon- und Marketing Services GmbH übernommen. Seit 2009 leitet der 39-Jährige bereits das Produktmanagement bei atms, zuvor war er vier Jahre als Produktmanager für Voice Services tätig. In seiner neuen Doppelfunktion als Leiter Produktmanagement und Customer Service zeichnet Scherer für das gesamte atms Produktportfolio von der Strategie bis zur Umsetzung direkt bei den Kunden verantwortlich und deckt zudem sämtliche servicerelevanten Themen ab.

Neues Vorstandsmitglied

Der Bundesvorstand des Johanniter-Unfall-Hilfe e. V. hat seit August ein neues Mitglied. Der Sozialbetriebswirt **Jörg Lüssem** ist seit 1999 in der Bundesgeschäftsstelle tätig. Er folgt auf Joachim Gengenbach und wird den Verband zukünftig gemeinsam mit Wolfram Rohleder und Wolf-Ingo Kunze leiten. Dr. Arnold von Rümker, Präsident der Johanniter-Unfall-Hilfe, ist überzeugt: „Jörg Lüssem ist eine hervorragende Wahl. Seine fachliche Kompetenz und seine genaue Kenntnis der Organisation werden die Johanniter weiter voranbringen."

Neue Senior Beraterin bei AZ fundraising services

Seit Juli hat **Sabine Wagner-Schäfer** die Position für Digitales Marketing bei AZ fundraising services inne. Als Expertin für Online- und Offline-Dialogmarketing mit langjähriger Fundraising-Erfahrung war sie unter anderem Mitglied der Geschäftsleitung für das Fundraising von UNICEF Deutschland und dort ab 2009 für die digitale Strategie und das Online-Marketing verantwortlich. Große Chancen für das Fundraising sieht sie insbesondere durch die intelligente Verbindung aller Kanäle in integrierten Multi-Channel-Kampagnen.

Nachwuchs bei HelpAge

Florence Lang ist bereits seit Februar die neue Fundraiserin von HelpAge Deutschland. Die 26-Jährige studierte „Management in Nonprofit-Organisationen" mit dem Schwerpunkt „Entwicklungszusammenarbeit" an der Hochschule Osnabrück und ist nun zuständig für das Fundraising bei dem entwicklungspolitischen Hilfswerk, das die Lebensverhältnisse alter Menschen in Entwicklungs- und Transformationsländern verbessert, um ihnen ein Leben in Würde und Wohlergehen mit finanzieller Absicherung zu ermöglichen.

Ihre Personalie fehlt? Einfach E-Mail an: redaktion@fundraiser-magazin.de

bussgeld-fundraising.de

Adressen Gerichte und Staatsanwaltschaften

- **über 9.000 personalisierte Entscheideradressen 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

Dienstleisterverzeichnis

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-kg.de
www.mediavista.de

Fanstein GmbH
Wir bieten ein innovatives Fundraising-Konzept für außergewöhnliche Projektfinanzierungen. Mit dem Sponsorstein geben Sie Ihren Spendern und Unterstützern die attraktive Gelegenheit, sich für ihr finanzielles Engagement öffentlich gewürdigt zu sehen. Der Verkauf der individuell lasergravierten Klinker bewirkt Mehreinnahmen und Sponsorenbindung.

Thomas-Müntzer-Straße 34
06842 Dessau-Roßlau
Telefon: +49 (0)340 8701660
Telefax: +49 (0)340 8701661
info@sponsorstein.de
www.sponsorstein.de

PLZ-Bereich 1

Deutscher Spendenhilfsdienst Berlin 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*

Boxhagener Straße 119
10245 Berlin
Telefon: +49 (0)30 232553000
Telefax: +49 (0)30 232553020
berlin@spendenhilfsdienst.de
www.spendenhilfsdienst.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 23329117
Telefax: +49 (0)30 22908877
h.menze@spenden-manufaktur.de
www.spenden-manufaktur.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 in Berlin, Hamburg und Eresing bei München.

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

ANF Agentur für Nachlass-Fundraising GmbH

- *Datenbank-Analysen, Spenderprofile*
- *Identifikation neuer Testamentspender*
- *Strategie, Konzeption*
- *Beziehungsaufbau und -pflege – postalisch, telefonisch, persönlich*
- *Broschüren, Newsletter, Webpräsenzen*
- *Sparring rund um Veranstaltungen*
- *Vermittlung eines Kooperationspartners für Nachlass-Abwicklung*
- *Herausgeber von Regionalverzeichnissen*

Wir beraten und unterstützen Sie gerne – mit Herz, Verstand und Feingefühl!

Akazienstraße 27, Akazienhof, 1. Hof, Seitenflügel rechts, 2. OG · 10823 Berlin
Telefon: +49 (0)151/61367573
info@nachlass-fundraising.de
www.nachlass-fundraising.de

DialogDirect GmbH
DialogDirect ist seit 1994 Pionier der Infostandkampagnen für NGOs in Deutschland und Europa.
Art der Dienstleistungen im Bereich Fundraising:
Direct Dialog – Kampagnen zur Neugewinnung von Adressen, Spendern und Mitgliedern (Infostand, Events etc.) durch Face-to-Face-Kommunikation; EDV-Dienstleistungen (Data Dialog); Telemarketing (TeleDialog)

Oranienstraße 161
10969 Berlin
Telefon: +49 (0)30 616509-10
Telefax: +49 (0)30 616509-11
office@dialogdirect.de
www.DialogDirect.de

spendino GmbH
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)30 45020522
Telefax: +49 (0)30 45025657
florian.noell@spendino.de
www.spendino.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

Bauer Vertriebs KG
BAUER POSTAL NETWORK

Portooptimierte Zustellung von adressierter Info- und Pressepost in Deutschland mit BPN. Namhafte Kunden aus Medien, Corporate Publishing und Versender von Mailings und Katalogen vertrauen ihre Objekte BPN an.

- *bis 80 % HHA bundesweit*
- *eigenes Netzwerk*
- *Taggenaue Zustellung (Mi/Fr)*
- *persönliche Beratung von A–Z*
- *Formatfreiheit für Infopost*

Meßberg 1 · 20086 Hamburg
Telefon: +49 (0)40 30198040
Telefax: +49 (0)40 30191414
info@bauer-postal-network.de
www.bauer-postal-network.de

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

www.mailing.de
Einsparungen bei Ihrer Mailingproduktion! In diesem Webshop haben Sie die Möglichkeit mit wenigen Klicks, ein kuvertiertes Mailing zu kalkulieren von 1.000 bis 500.000 Auflage. Wir liefern das komplette Mailing zu sensationellen Preisen und in top Qualität, innerhalb von 6 Arbeitstagen nach Datenanlieferung für Sie auf die Post.
Sie werden begeistert sein!

Zirkusweg 2 · 20359 Hamburg
Telefon: +49 (0)40 421061-12
Telefax: +49 (0)40 421061-25
cborchert@mailing.de
www.mailing.de

SPENDEN-MÜNZEN • PINS • BUTTONS

AUFMERKSAMKEIT
ANERKENNUNG • IDENTIFIKATION
charity@pinsource.eu

PinSource GmbH Hamburg | Wir prägen – Ihre Charity
Promotionsartikel für Charity und Fundraisingkampagnen

Ihr Spezialist für Kampagnen, Messe oder Auszeichnungen:
Wir unterstützen seit 30 Jahren unsere Kunden und arbeiten nachhaltig & zielorientiert in einer international aufgestellten, familiär geprägten Unternehmensstruktur – so können wir Ihnen eine sehr gute Dienstleistung zu fairen Konditionen anbieten.
Pins | Orden | Buttons | Memorabilien

Nartenstraße 19 · 21079 Hamburg
Telefon: +49 (0)40 20933488
Telefax: +49 (0)40 386858-17
charity@pinsource.eu
www.pinsource.eu/charity

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
fundraiser@koopmann.de
www.koopmann.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 in Hamburg, Berlin und Eresing bei München.

Ausschläger Allee 178 · 20539 Hamburg
Telefon: +49 (0)40 2378600
Telefax: +49 (0)40 23786060
service@directpunkt.de
www.directpunkt.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 – Großspender-potenzialanalyse***
  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

PLZ-Bereich 3

adfinitas GmbH
Strategische Fundraisingberatung
Internationale Fundraisingprogramme mit europaweiter Präsenz
Kreation & Text & Grafik & Produktion
Full Service Direct Mail Fundraising
Online Fundraising
Social-Network-Fundraising i-doo
Zielgruppenberatung
Spender-Upgrading & Dauerspendergewinnung
Großspender- & Erbschaftsmarketing
Datenbankberatung

Landschaftstraße 2
30159 Hannover
Telefon: +49 (0)511 524873-0
Telefax: +49 (0)511 524873-20
info@adfinitas.de
www.adfinitas.de

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

marketwing GmbH
Mit modernsten Fundraising-Systemen stellt marketwing den Kontakt zu Spendern her. Als Fullservice-Partner verfügen wir über jahrzehntelange Fundraising-Erfahrung und Know-how. Unser Leistungsspektrum umfasst die Gewinnung und Betreuung von Spendern, Kreation, Zielgruppen-Management, Datenbank-Dienstleistungen, EDV-Services, Produktion und Versand.

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

service94 GmbH
Dienstleistungen im Bereich Fundraising seit 1984:
- *Promotion und Öffentlichkeitsarbeit an Informationsständen*
- *Mitgliederwerbung*

Leistungen ausserhalb Fundraising:
- *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

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 402-300
Telefax: +49 (0)5139 402-333
info@komserv-gmbh.de
www.komserv-gmbh.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

PLZ-Bereich 4

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

Postcon Deutschland
Postcon hat sich in über zehn Jahren erfolgreich als Briefdienstleister für Geschäftspost in Deutschland etabliert. Die Services umfassen Geschäfts- und Transaktionsbriefe, Kataloge, Mailings, Magazine und Warensendungen sowie Pakete. Zusatzleistungen wie Abholung, Frankier- und Kuvertierservices über den klimaneutralen Versand bis zu digitaler Rückführung nicht zustellbarer Sendungen ergänzen das Portfolio.

Stadionring 32
40878 Ratingen
Hotline: 0800 3 533 533
www.postcon.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!

Postfach 102911
44029 Dortmund
Telefon: +49 (0)231 1829 3-0
Telefax: +49 (0)231 1829 3-15
info@optigem.com
www.optigem.com

Benefit Informationssysteme AG
Benefit ist führender Anbieter von Standard-Software für den Bereich Fundraising.
Wir bieten mit myOpenHearts eine optimale und wirtschaftliche Software-Lösung zur langfristigen Bindung und Entwicklung von Spendern und Förderern, sowie die Verwaltung von Mitgliedern.

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

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
Knappenweg 27
45473 Mülheim an der Ruhr
Telefon: +49 (0)208 760170
Telefax: +49 (0)3222 9823430
kunstdorff@fundraising-und-system.de
www.fundraising-und-system.de

Maik Meid
Fundraising & Digitale Kommunikation

Ideen aus dem Ruhrgebiet und mit über 20-jähriger Nonprofit-Erfahrung
- *Fundraising-Aufbau und Entwicklung in Ihrer Organisation*
- *Prozess-Check auf Herz und Nieren*
- *Implementierung von Online-Fundraising*
- *Digitale Kommunikation für gemeinnützige Organisationen*
- *Social Media Aufbau und Weiterentwicklung*
- *Medienbeobachtung über alle Kanäle*

Raabestraße 8 · 45525 Hattingen
Telefon: +49 (0)1511 9669932
info@fundraisingnetz.de
www.fundraisingnetz.de

TIRAGE® LIMITÉ
Karl Heinrich Hoogeveen
- *Adressen der europäischen Vermögens- und Leistungseliten*
- *Großspender Analysen*
- *Dialog-Marketingkonzepte*
- *Verlag*
- *Events*
- *Adress Database*
- *Fundraising*

Lotharstraße 298
47057 Duisburg
Telefon: +49 (0)151 18422199
elite@tirage-limite.com
www.tirage-limite.com

Alternativer Ansprechpartner
GEKO selections GmbH
Anja Steinke, Tel.: +49 (0)4168 9499003
as@gecko-selections.de

fundamente
seit 2006 die Experten für Fundraising im Ruhrgebiet
- *Fundraising von A wie Analyse bis Z wie Zielgruppe*
- *Coaching und individuelle Beratung*

Höhere Spendeneinnahmen, treue UnterstützerInnen und mehr öffentliche Präsenz durch:
- *kompetente Beratung,*
- *kreative Workshops*
- *gefühlvolle Kommunikation*
- *sensible Prozessbegleitung*
- *vertrauliche Planung*
- *strategische Positionierung*

Wildstraße 9
47057 Duisburg
Telefon: +49 (0)203 485777-0 | -11
Telefax: +49 (0)203 485777-19
info@fundamente.net
www.fundamente.net

GOB Software & Systeme
GOB ist weltweit einer der größten Microsoft Partner im Non-Profit-Sektor und Marktführer von Fundraising-Software in Deutschland. Mit über 250 Mitarbeitern unterstützen wir Sie mit ausgezeichnetem Beratungs-Know-how und Support bei der erfolgreichen Implementierung Ihres Software-Projektes.

Europark Fichtenhain A4 · 47807 Krefeld
Telefon: +49 (0)2151 349-3000
Telefax: +49 (0)2151 349-1120
info@gob.de
www.gob.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.

Hörsterstraße 38 / Rothenburg 41
48143 Münster
Telefon: +49 (0)251 48435-70
Telefax: +49 (0)251 48435-03
info@hp-fundconsult.de
www.hp-fundconsult.de

PLZ-Bereich 5

fundango GmbH
Die Fundraising-Experten aus Köln. Gewinner des Mailingwettbewerbs 2012 in der Kategorie Effizient & Auflagenstark!
fundango unterstützt Ihr Fundraising nach allen Regeln der Kunst – online wie offline. Wir konzipieren und realisieren Kampagnen und Aktionen, die Spender überzeugen – kreativ, authentisch, verlässlich und vor allem: erfolgreich!

Richartzstraße 10 · 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

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)*

Gutenbergstraße 126 · 50823 Köln
Telefon: +49 (0)221 7158959
anfrage@goldwind-bewirken.de
www.goldwind-bewirken.de

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

Mailing gefällig?

Fundraising Profile GmbH & Co. KG
Menschen berühren und zum Spenden bewegen – das ist unser Geschäft.

Unsere Kunden profitieren von
- *kreativen Konzepten*
- *zuverlässiger Produktion*
- *vielen Jahren Erfahrung*

Mit maßgeschneiderten Lösungen gewinnen, binden und reaktivieren wir Ihre 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

Christian Gahrmann
Philanthropy Consulting GmbH
Strategisches Fundraising – Internationales Fundraising – Networking

Wir sind eine global denkende und lokal handelnde Strategieberatung für gemeinnützige Organisationen. Wir beraten Grassroots Vereine ebenso wie große Bildungsinstitutionen und Verbände.
***Beratungsfelder:** Markenstrategie | EU Förderung | Internationales Fundraising | Finanzplanung & Controlling | Sponsoring | Stiftungen | Patenschaften | Workshops*

Sürther Straße 59 · 50996 Köln
Telefon: +49 (0)221 79008625
gahrmann@philanthropy-consulting.eu
www.philanthropy-consulting.eu

orthdirekt Listmanagement GmbH
Erfolg durch Response

Hier finden Sie die Adressen, die Sie schon lange suchen.
Unsere Exklusiv-Listen waren in den letzten Jahren schon immer ein Geheimtipp, wenn es um die Auswahl erfolgreicher Adressen zur Gewinnung neuer Spender ging.
Mit unseren Adresslisten wird auch Ihre Neuspender-Gewinnung zum Erfolg. Am besten, Sie testen.

Im Schlangenhöfchen 7
51427 Bergisch Gladbach
Telefon: +49 (0)2204 201716
Telefax: +49 (0)2204 201719
info@orthdirekt.de
www.orthdirekt.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.

Theaterstraße 15 · 52062 Aachen
Telefon: +49 (0)241 1891315
Telefax: +49 (0)241 1891314
info@Systemisches-Fundraising.de
www.Systemisches-Fundraising.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 ½ Milliarde Euro an Spenden und Beiträgen abgewickelt. Dienstleistungen in den Bereichen Outsourcing, Beratung, Werbung und interaktive Medien runden das Leistungsspektrum ab.

Augustastraße 78–80 · 52070 Aachen
Telefon: +49 (0)241 1890-0
Telefax: +49 (0)241 1890-555
verwaltung@gruen.net
www.gruen.net

SYSTOPIA Organisationsberatung
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*

Franzstraße 11 · 53111 Bonn
Telefon: +49 (0)228 96104990
Telefax: +49 (0)228 96104991
info@systopia.de
www.systopia.de

Rechtsanwalt Michael Röcken
Vereins- und Verbandsrecht Rechtsanwalt Michael Röcken aus Bonn hat sich auf die bundesweite Beratung und Vertretung von Vereinen und Verbänden spezialisiert.
Neben der Vertretung und Beratung in allen Fragen des Vereins- und Verbandsrechts oder des Gemeinnützigkeitsrechts ist er als Referent bundesweit im Vereinsrecht tätig.

Thomas-Mann-Straße 62 · 53111 Bonn
Telefon: +49 (0)228 96399894
Telefax: +49 (0)228 96399895
info@ra-roecken.de
www.ra-roecken.de

Trust Fundraising
Jürgen Grosse & Team

Leistungen: Fundraising von Analyse über Beratung, Strategie, Konzept und Umsetzung bis zur Erfolgskontrolle – als Einzelleistung oder umfassend.
Agenturmotto: Innovation, Zuverlässigkeit und Transparenz.
Nutzen: 30 Jahre Fundraising-Praxis; Gründer/Mitglied des SynTrust-Netzwerkes von neun Fundraising-Spezialisten für ganzheitliches Fundraising.

Antoniusstraße 2 · 53547 Kasbach-Ohlenberg
Telefon: +49 (0)2644 600-874
Telefax: +49 (0)2644 600-828
j.grosse@trustfundraising.de
www.trustfundraising.de

GFS Fundraising Solutions GmbH
30 Jahre Fundraising mit Herz: Sie suchen Erfahrung, Kompetenz und Sachverstand im Fundraising? Dann sind Sie bei der GFS genau richtig. Über 70 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bieten Ihnen einen umfassenden Service: Von der Beratung über die Konzeption bis zur Spender- und Mitgliederbetreuung. Wir arbeiten mit Herz für Ihre Ziele.

Linzer Straße 21 · 53604 Bad Honnef
Telefon: +49 (0)2224 918250
Telefax: +49 (0)2224 918350
info@gfs.de
www.gfs.de

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.

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

PLZ-Bereich 6

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

Agentur Zielgenau GmbH
Unser Fokus liegt auf der Entwicklung & Umsetzung individueller Konzepte.
Dabei bieten wir umfassende Leistungen in folgenden Bereichen:
- *Fundraising*
- *Marketing*
- *Beratung*
- *Spenderbetreuung*
- *Geschäftsstelle*
- *Marketing*

Profitieren Sie von unseren langjährigen Erfahrungen & Kenntnissen im Non-Profit-Bereich. Wir bieten Ihnen zielgenaue Lösungen.

Bessunger Straße 3–5
64285 Darmstadt
Telefon: +49 (0)6151 136518-0
Telefax: +49 (0)6151 136518-9
info@agentur-zielgenau.de
www.agentur-zielgenau.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

Neue Generation ENTERBRAIN 2.0

schneller · moderner · einfacher · sicher

Weitere Leistungen:
Rechenzentrum · Outsourcing
ASP-Lösungen und Consulting
www.enterbrain.ag

ENTERBRAIN Software AG
Know-how, Dienstleistung, Rechenzentrum und Software für Ihre Non-Profit-Organisation

Die neue Generation ENTERBRAIN 2.0 ist schneller, moderner, einfacher und sicher. Die aktuelle Windowsoberfläche bietet optimale Übersichtlichkeit, klare Strukturierung und einfaches Handling. Jeder Anwender kann die Menüstruktur auf seine individuellen Arbeitsabläufe anpassen. Die SEPA-Funktionalität ist bereits voll integriert. ENTERBRAIN ist die einzige Software im Fundraising, deren Mitglieder-, Bußgeld- und Spendenverwaltung geprüft und testiert wurde. Dank des neuen Lizenzierungsmodells können nun auch NPOs mit geringem Adressvolumen ENTERBRAIN 2.0 vollumfänglich nutzen.

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

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

Centrum für Soziale Investitionen und Innovationen, Universität Heidelberg
Das Centrum für Soziale Investitionen und Innovationen ist eine zentrale wissenschaftliche Einrichtung der Universität Heidelberg. Wissen, Kontakte und Know-how des Instituts zu Strategien, Wirkungsnachweisen, Marketing und Fundraising im Bereich sozialer Investitionen stellt das CSI über seine Abteilung Beratung als Dienstleistung zur Verfügung.

Adenauerplatz 1 · 69115 Heidelberg
Telefon: +49 (0)6221 54119-50
Telefax: +49 (0)6221 54119-99
csi@csi.uni-heidelberg.de
www.csi.uni-heidelberg.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
25 Jahre Fundraising-Erfahrung für Ihren Erfolg.

Gratis Arbeitshilfen und Case Studies zum Fundraising finden Sie auf:
www.zielgruppenmarketing.de

- *Neuspendergewinnung*
- *Reaktivierung inaktiver Spender*
- *Bestands-/Mail-Response-/LTV-Analysen*
- *Kosten-/Nutzenanalysen*
- *Scoring / Optimierung*
- *EDV-Verarbeitung*

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

pb direkt
Praun, Binder und Partner GmbH

IT-Service im Fundraising und Direktmarketing
20 Jahre Fundraising-Erfahung mit über 50 Spendenorganisationen als Kunden.
- *Scoring und DataMining*
- *Druckfertige Mailingaufbereitung*
- *Adresskorrektur, -prüfung u. -aktualisierung*
- *Umzugs-, Verstorbenen- und Unzustellbarkeitsprüfung*
- *Responseverarbeitung*
- *CRM-Datenbanken, Spenderverwaltung*

Motorstraße 25 · 70499 Stuttgart
Telefon: +49 (0)711 83632-16
Telefax: +49 (0)711 83632-37
info@pbdirekt.de
www.pbdirekt.de

a+s DialogGroup GmbH
Fullservice-Dienstleister für Dialogmarketing

Als Spezialist für Adressmanagement, Informations- und Produktionsservices unterstützen wir Sie bei Neuspendergewinnung per Post, Telefon- und Onlinemarketing. Erschließen Sie sich mit unseren exklusiven Spenderadressen neue Förderpotenziale durch zielgruppengenaue Ansprache. Profitieren Sie von unserer langjährigen Erfahrung im Fundraisingbereich!

Max-Planck-Straße 7 · 71254 Ditzingen
Telefon: +49 (0)711 656969-0
Telefax: +49 (0)711 656969-97
info@as-dialoggroup.de
www.as-dialoggroup.de

50 % des Erfolgs macht das Mailing-Konzept. 50 % macht die Adresse.

Gut, wenn man 100 % aus einer Hand bekommt.

Direkt GmbH & Co. KG

P Direkt GmbH & Co. KG
Die Ergebnis-Agentur für Ihr Fundraising.

Sie wollen den maximalen Return für Ihr Budget? Und pragmatische Lösungen für zuverlässige Fundraising-Erfolge? Dann sind wir Ihr 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*

Profitieren Sie von unserem erstklassigen Fullservice für 100 % Fundraising-Erfolg!

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 Strafrichter, Amts- und Staatsanwälte 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

Brakeley GmbH
Fundraising & Management Consultants

Brakeley, 1919 in den USA gegründet, ist eine erfahrene internationale Fundraising-Beratung. Wir helfen gemeinnützigen Organisationen insbesondere im Großspenden-Fundraising. Dazu vereinen die deutschsprachigen Berater der Brakeley GmbH internationales Fundraising-Know-how mit ihrer langjährigen Fundraising-Erfahrung im deutschsprachigen Raum. Brakeley GmbH ist Gründungsmitglied der MIRA Alliance: www.miraalliance.com

Emil-Riedel-Straße 18 · 80538 München
Telefon: +49 (0)89 46138686
Telefax: +49 (0)89 46138687
johannes.ruzicka@brakeley.com
www.brakeley.com

actori GmbH
actori ist eine Strategieberatung spezialisiert auf die Bereiche Bildung und NPOs, Sport, Kultur und Regionen. Wir unterstützen Sie vor allem bei der Bewältigung Ihrer individuellen Herausforderungen im Sponsoring- und Spendenwesen. actori entwickelt dabei nachhaltige Konzepte zur Mittelakquise und sichert die konsequente, erfolgreiche Umsetzung.

Gundelindenstraße 2 · 80805 München
Telefon: +49 (0)89 540447-400
Telefax: +49 (0)89 540447-499
team@actori.de
www.actori.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

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.

Junkersstraße 5 · 82178 Puchheim
Telefon: +49 (0)89 8007098-290
Telefax: +49 (0)89 8007098-299
info@ibvinfo.com
www.ibvinfo.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

FundraisingBox
c/o Wikando GmbH

Die FundraisingBox ist ein Online-Arbeitsplatz für gemeinnützige Organisationen, um erfolgreich Spenden zu sammeln, zentral Kontakte zu verwalten und optimal im Team zusammen zu arbeiten. Von Spendenformular, Facebook-App, Charity-Shop, kompletter Paymentabwicklung, eigenen Fundraising-Anwendungen bis hin zur Integration in bestehende Systeme.

Schießgrabenstraße 32 · 86150 Augsburg
Telefon: +49 (0)821 907862-50
Telefax: +49 (0)821 907862-59
support@wikando.de
www.fundraisingbox.com

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 €**

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

Herzog-Georg-Straße 29 · 89415 Lauingen
Telefon: +49 (0)9072 95370
Telefax: +49 (0)9072 953716
info@boese-consulting.de
www.boese-consulting.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 in Hamburg, Berlin und Eresing bei München.

Gewerbering 12 · 86922 Eresing
Telefon: +49 (0)8193 93719-0
Telefax: +49 (0)8193 93719-19
renn@directpunkt.de
www.directpunkt.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

Österreich

SOCIAL CALL fundraising GmbH
Über 15 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

atms Telefon- und Marketing Services GmbH
atms ist der einzige österreichische Telekomnetzbetreiber, der sich rein auf Kundendialoglösungen spezialisiert hat. In diesem Zusammenhang bietet atms mobile Fundraisinglösungen an, die eine Spendenrufnummer, den 24/7-Betrieb der Spendenplattform und Online-Schnittstellen für die Abwicklung von SMS-Einzel- und -Dauerspenden, auch für Facebook, umfassen.

Saturn Tower · Leonard-Bernstein-Straße 10
1220 Wien
Telefon: 0800 2404010
service@atms.at
www.atms.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

Schweiz

Motion Consulting GmbH
Fundraising | NPO-Management

Als Fundraiser, Marketing- und NPO-Spezialisten mit langjähriger Erfahrung bieten wir Know-how und Beratung für ein erfolgreiches Fundraising, zielgerichtetes Marketing und somit wirkungsvolles Handeln. In enger Zusammenarbeit mit unseren gemeinnützigen Kunden entwickeln wir innovative Ideen und Strategien, die einen spürbaren Wettbewerbsvorteil verschaffen und das Spendenergebnis nachhaltig verbessern.

Zeughausgasse 24 · 3011 Bern
Telefon: +41 (0)31 311 80 10
kontakt@motion-consulting.ch
www.motion-consulting.ch

Kuvertdruck Zurwerra AG
NonproCons berät Non-Profit-Organisationen Ein Kuvert soll zu Ihrer Werbebotschaft genau so passen wie ein Maßanzug zu Ihnen. Selbstklebend, gummiert, randabfallender Druck, in spannenden Formaten, Farben und Materialen. Heute bestellen - morgen liefern - Online-Lagerabruf u.v.m. Nehmen Sie mit uns Kontakt auf. Unser Beraterteam freut sich, Sie persönlich kennenlernen zu dürfen.

Weingartenstrasse 68 · 3904 Naters
Telefon: +41 (0)27 9243420
Telefax: +41 (0)27 9235331
mail@kuvertdruckzurwerra.ch
www.kuvertdruckzurwerra.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

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*

Stadthausgasse 18 · 4051 Basel
Telefon: +41 (0)61 3669111
info@ant-informatik.ch
www.ant-informatik.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

dm.m division
AZ Direct AG

dm.m ist die erste Ansprechpartnerin für anspruchsvolle NPOs, die mit messbaren Erfolgen ihre Fundraising-Leistungen optimieren. Wir realisieren nachhaltige Lösungen für transparente und wertsteigernde Spenderbeziehungen. Mit effizienten Methoden und dem umfassendsten, relevanten Wissen im Fundraising-Umfeld erzielt dm.m entscheidenden Mehrwert.

Blegistrasse 1 · 6343 Rotkreuz
Telefon: +41 (0)41 7981949
Telefax: +41 (0)41 7981999
info@dmm.ch
www.dmm.ch

getunik AG
E-Services für NPOs

Wir erstellen für NPOs erfolgreiche elektronische Auftritte. Auf Smartphones, Tablets oder Workstations.
- *Innovative E-Payment- und SMS-Spenden-Lösungen.*
- *Web-CMS-Lösung „Easy Web" mit integriertem E-Mail-Marketing und E-Payment zum monatlichen Fixpreis.*

Hardturmstrasse 101 · 8005 Zürich
Telefon: +41 (0)44 3885588
info@getunik.com
www.getunik.com

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

ZHAW School of Management and Law
Zentrum für Kulturmanagement ZKM

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 9347870
Telefax: +41 (0)58 9357870
info.zkm@zhaw.ch
www.fundraising-management.zhaw.ch

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.

Schönenwerdstrasse 7 · 8902 Urdorf
Telefon: +41 (0)44 7459292
Telefax: +41 (0)44 7459293
info@ibvinfo.com
www.ibvinfo.com

SAZ Services AG
Das SAZ Fundraising-Portfolio mit ihren professionellen Softwarelösungen und datenbankgestützen Informationen bietet seit 30 Jahren NPOs auf der ganzen Welt eine ausgereifte und umfassende Branchenlösung an, die alle Aspekte von der Spendergewinnung über deren Umwandlung zu Dauerforderern bis hin zur Spenderbetreuung abdeckt.

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

Kölner Verbände Seminare

www.verbaendeseminare.de

Steuerliche und gesetzliche Veränderungen

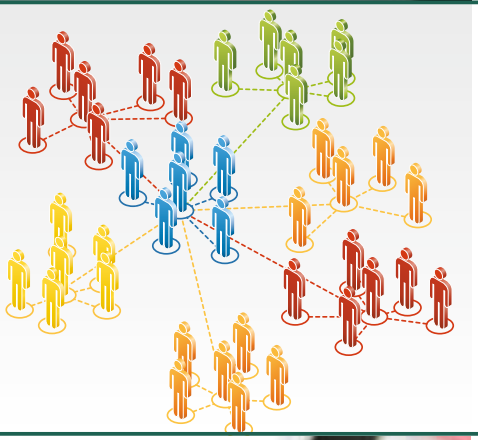
Risiken und Probleme rechtzeitig erkennen

Gestaltungsspielräume nutzen

Besteuerung der Wirtschafts- und Berufsverbände

Problemfälle – Gestaltungsmöglichkeiten – Änderungen in Steuergesetz

Mittwoch, 01. Oktober 2014 in Berlin



Besteuerung von Körperschaften des öffentlichen Rechts (KdöR)

Steuerliche Rahmenbedingungen und Gestaltungsmöglichkeiten für die wirtschaftliche Betätigung

Mittwoch, 05. November 2014, Berlin

Steuerprobleme und -risiken der Gemeinnützigen

Chancen und Risiken bei der Bildung von Rücklagen

Donnerstag, 27. November 2014, Berlin

Begrenzte Teilnehmerplätze! Melden Sie sich bitte rechtzeitig an.

Sie erreichen uns telefonisch unter (02 28) 93 54 93-20
oder per E-Mail **info@verbaendeseminare.de**

Kooperationspartner

DGVM

Verbände report

Ehrenamt: Bewährungshilfe! Die Neustart gGmbH setzt in Baden-Württemberg auf Ehrenamtliche in der Bewährungshilfe. Infolge der Übertragung von Bewährungs- und Gerichtshilfe in die freie Trägerschaft im Jahr 2007 konnte das Unternehmen mittlerweile ganze 625 ehrenamtliche Bewährungshelfer für die Reintegration von ehemaligen Häftlingen in die Gesellschaft gewinnen. Derzeit betreuen die Ehrenamtlichen 1264 Straffällige. Das sind ungefähr sechs Prozent aller Bewährungshilfeklienten in Baden-Württemberg. Gegründet wurde das Unternehmen bereits im Jahr 2007.

▶ *www.neustart.org*

Hier trennt sich die Spreu vom Weizen

Die Studie „Exzellenz in der Unernehmenskommunikation 2014“ untersucht, was gute Public Relations von mittelmäßiger Öffentlichkeitsarbeit unterscheidet: Gute PR-Arbeit achtet auf alle Stakeholder und nicht nur auf die beliebtesten Kunden. Rund 17 Prozent der „PR-Durchschnittsprofis“ orientieren sich lediglich an den Belangen von Aktionären und an denen ihrer Kundengruppe. Bei den „Topkommunikatoren“ sind es laut der Erhebung nur 12 Prozent. Der größte Unterschied zwischen Elite und Mittelmaß: Mitarbeiter und Journalisten werden von Profis als deutlich wichtiger eingeschätzt als vom Durchschnitt. Prof. Lothar Rolke von der FH Mainz und Jörg Forthmann, Geschäftsführung des Beratungsunternehmens Faktenkontor, haben die Studie anhand einer Befragung von 288 Fach- und Führungskräften erstellt.

▶ *www.faktenkontor.de*

Kurzinfos +++

Gratis: The 2014 Online Fundraising Survival Guide

Kein Plan von Online-Fundraising? Da hilft nur eins: The 2014 Online Fundraising Survival Guide. Herausgegeben wurde das Handbuch vom Network for Good. Das inhaltliche Spektrum reicht vom Mobile Giving über Content Marketing bis zur eigenen Spendenseite. Das Beste daran: Das komplette Handbuch kann gratis auf der Internetseite des Network for Good heruntergeladen werden.

▶ *www.networkforgood.org*

▶ *learn.networkforgood.org/OnlineFundraisingSurvivalGuide.html*

Software für die stationäre Hilfe

Die Wilken Entire GmbH aus Ulm hat das operative Geschäft der Gebrüder Jung Informationssysteme GmbH übernommen. Dazu zählen sowohl die Softwarerechte als auch die bestehende Kundenbasis. So will Wilken Entire zum Komplettanbieter von Software für die stationäre Altenhilfe sowie -pflege avancieren. Mit der Übernahme erweitert das Unternehmen sein Portfolio in den Bereichen Finanz- und Rechnungswesen sowie im Controlling um die Leistungsabrechnung und die Pflegedokumentation.

▶ *www.entire.de*

Namenswechsel zum 20. Jubiläum

Vor zwanzig Jahren wurde die Europäische Sponsoring Börse gegründet. Nun, zum Jubiläum, gibt es einen Namenswechsel. Fortan heißt die Europäische Sponsoring Börse also „ESB Marketing Netzwerk“. Durch den Namenswechsel ändert sich nicht nur das Logo der Marke. Zusätzlich will das ESB Marketing Netzwerk herausstellen, dass es sich mittlerweile zu einer Plattform entwickelt hat, die neben dem Sponsoring auch zahlreiche weitere Marketingdisziplinen bedient.

▶ *www.esb-online.com*

Deutsche Kleiderstiftung verlängert PR-Vertrag

Sputnik, die Agentur für Presse und Öffentlichkeitsarbeit aus Münster, hat ihren Vertrag mit der Deutschen Kleiderstiftung verlängert. Bislang war die Agentur damit beauftragt, die kostenlose Möglichkeit zur Paketspende auf der Webseite der Deutschen Kleiderstiftung zu bewerben und die Aktion „11 Kilo für 11 Freunde“ zu betreuen.

▶ *www.kleiderstiftung.de*

Die Informatik der Sozialwirtschaft

Der IT-Report für die Sozialwirtschaft 2014 stellt Softwareprodukte für den sozialen Sektor auf den Prüfstand. Besonders die Anpassungsfähigkeit und die fachlichen Anforderungen gängiger Software-Produkte werden von den Autoren, Prof. Helmut Kreidenweis und Prof. Dr. Bernd Halfar, kritisiert. Auch die Möglichkeit zur Abbildung der eigenen Arbeitsprozesse vermissen die Autoren bei vielen Produkten. Erstmals im Report enthalten sind auch Angebote zu Cloud- und Mobillösungen. Ergänzt wurde der Report mit Daten von mehr als 40 Anbietern und verschiedenen Kennzahlen.

▶ *www.sozialinformatik.de*

Digitaler Treffpunkt für Weltverbesserer

Die Plattform 4onemankind will die Kooperation zwischen sozialen Projekten unterstützen und damit zu einem Treffpunkt für Weltverbesserer werden. Wer Unterstützung sucht, findet auf der Plattform Experten aus Universitäten, die ihnen bei ihrem Projekt mit Rat und Tat zur Seite stehen. Wer bestehenden Projekten helfen will, findet bei 4onemankind außerdem auch verschiedene Optionen, um sein Engagement zu kanalisieren.

▶ *www.4onemankind.tumblr.com*

Schweizer Crowdfunding startet durch

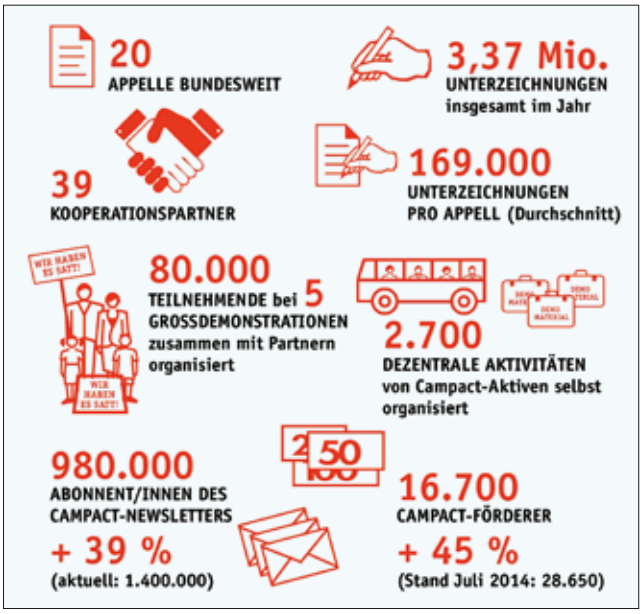
In der Schweiz wurden im vergangenen Jahr rund 11,6 Millionen Schweizer Franken per Crowdfunding gesammelt. Das ergab die Studie „Crowdfunding Monitoring Schweiz 2014“ der Hochschule Luzern. Im Jahr 2012 waren es lediglich 5,3 Millionen Schweizer Franken, und im Jahr 2011 waren es noch 3,1 Millionen Schweizer Franken, die per Crowdfunding eingenommen wurden. Ein klarer Trend, der sich auch in der Zahl der erfolgreich finanzierten Projekte widerspiegelt: 2011 waren es 106 Projekte, 2013 bereits 720 Projekte.

► *www.hslu.ch/crowdfunding*

Frag den Staat: Gibt es ein Urheberrecht für Behörden?

Als Betreiber des Portals www.fragdenstaat.de zeigt die Open Knowledge Foundation auch in juristischen Angelegenheiten Kampfgeist. Als das Portal eine Studie des Bundesministeriums des Innern (BMI) veröffentlichte, klagte die Institution wegen Urheberrechtsverletzung. Im Rechtsstreit konnte sich die Open Knowledge Foundation zwar durchsetzen, allerdings wurde dem Dokument nicht die Schöpfungshöhe zugesprochen, die nötig wäre, um urheberrechtlichen Schutz zu genießen. Das Ergebnis: Die Open Knowledge Foundation sucht ein weiteres behördliches Dokument, mit welchem sie eine Grundsatzentscheidung dazu erwirken kann, ob behördliche Unterlagen auf Grundlage des Informationsfreiheitsgesetzes herausgegeben werden können.

► *www.fragdenstaat.de*



Das Kampagnennetzwerk Campact hat seinen Transparenzbericht für das Jahr 2013 veröffentlicht. Laut dem Bericht kann Campact mittlerweile einen großen Teil seiner Mittel durch private Spenden abdecken. Viele dieser Spenden (insgesamt 99,8 Prozent) umfassen einen Förderbetrag von unter 500 Euro. Der durchschnittliche Förderbetrag liegt bei acht Euro pro Monat.

► *www.campact.de*

Hilfe für soziale Start-ups

Die Gründer der österreichischen Plattform www.ngojobs.at haben eine neue Internetseite ins Leben gerufen. Wer eine Idee für eine eigene Organisation oder für ein soziales Unternehmen hat, ist hier an der richtigen Adresse. Die Plattform bietet einen Überblick über verschiedene Preisausschreibungen, Fördermittelgeber und Crowdfunding-Plattformen. Darüber hinaus informiert sie kostenlos über Stiftungen, Investoren und Institutionen, die Finanzmittel für soziale Anliegen zur Verfügung stellen.

► *www.sozialstart.eu*

Moves Management

Ein nützliches Arbeitsmittel im Großspenden-Fundraising

Eine Herausforderung bei der Gewinnung von Großspendern besteht darin, Aufwand und Erfolgsaussichten vorherzusagen. Mit dem sogenannten Moves Management hält ein Arbeitsmittel Einzug, das in den USA zum selbstverständlichen Werkzeug im Großspenden-Fundraising zählt.

Von JOHANNES RUZICKA

Im deutschsprachigen Fundraising-Markt entwickeln sich Großspenden zu einem wichtigen Wachstumssektor. Attraktiv ist auch das günstige Verhältnis von Aufwand zu Ertrag – mit der richtigen Herangehensweise reichen rund zehn Prozent der eingeworbenen Mittel aus, um Großspenden-Fundraising dauerhaft zu finanzieren.

Der Grund für die Effizienz des Großspenden-Fundraisings, nämlich die Konzentration auf größtmögliche Einzelspenden, stellt jedoch zugleich eine Herausforderung dar: Soll die Zielsumme durch einige wenige, sehr große Spenden erreicht werden, ist es nicht einfach, Verlauf und Ausgang des Fundraisings einzuschätzen. Wie wahrscheinlich ist es, den Neubau eines Kinderhospizes mit nur drei bis fünf Großspendern finanzieren zu können? Wie viel Zeit und Arbeit ist dazu im Fundraising erforderlich?

Fragen wie diese zu beantworten, ist Sinn und Zweck des Moves Managements. Dazu wird in einem ersten Schritt die Fundraising-Zielsumme stufenweise bis auf die Arbeitsebene heruntergebrochen. Im Beispiel des Kinderhospizes könnte die Rechnung beispielsweise wie folgt lauten: Die Zielsumme von fünf Millionen Euro erfordert auf Grundlage erster Recherchen voraussichtlich rund zehn Großspender. Erfahrungswerte aus vergleichbaren Vorhaben legen nahe, dass etwa 30 potenzielle Spender involviert werden müssen, um zehn davon für eine Spende zu gewinnen. Des Weiteren wird angenommen, dass durchschnittlich etwa fünf Treffen oder vergleichbare Interaktionen pro potenziellem Spender erforderlich sind, bis jeweils eine endgültige Entscheidung fällt. Dies führt zu rund 150 erforderlichen Spendertreffen. Stehen im Beispiel 24 Monate für das Fundraising zur Verfügung, sind also im Schnitt rund sechs Treffen pro Monat erforderlich.

Nun werden dieser übergeordneten Prognose auf Ebene des Gesamtprojekts individuelle Prognosen auf Ebene einzelner potenzieller Spender gegenübergestellt. Für jeden Namen auf der Liste denkbarer Unterstützer werden quantitative Annahmen zu Bezug, Interesse und Vermögen des Förderers sowie zur erwarteten Höhe und Eintrittswahrscheinlichkeit der Spende getroffen. Die hierfür erforderlichen Informationen basieren auf Spenderrecherchen, externen Informationsgesprächen und Spendergesprächen. Folglich nimmt die Zuverlässigkeit der getroffenen Annahmen im Verlauf des Fundraising-Prozesses stetig zu.

Auf Grundlage dieser Bewertung potenzieller Förderer werden anschließend die konkreten Arbeitsschritte im Großspenden-Fundraising geplant und gemanagt. Welche potenziellen Spender erhalten höchste Priorität? Welche vorbereitenden Schritte sind erforderlich? Worin bestehen die nächsten „Moves" – also die nächsten persönlichen Interaktionen? Welche Personen werden als Fürsprecher eingesetzt?

Der wesentliche Erkenntnisgewinn aus dem Moves Management entsteht durch den Abgleich der übergeordneten Zielsetzung mit der individuellen Potenzialbewertung der Spender und dem Ist-Stand der geplanten und erreichten Arbeitsschritte. Es ergibt sich daraus eine Bewertung des Fortschritts im Fundraising-Prozess, die stetig an Verlässlichkeit gewinnt.

Zudem stellt das System die Plausibilität der Fundraising-Zielsumme auf den Prüfstand und liefert quantitative Aussagen zu den Handlungsoptionen, um die Erreichbarkeit der Zielsumme zu erhöhen. Insofern schützt korrekt angewandtes Moves Management Großspenden-Fundraiser auch vor unrealistischen Erwartungen: Es schlägt Alarm, wenn die Zahl oder Finanzkraft potenziell interessierter und erreichbarer Förderer zu gering, die Menge erforderlicher Spendertreffen nicht leistbar oder die für den Beziehungsaufbau verfügbare Zeit zu kurz ist. ◘

***Johannes Ruzicka** ist seit 2002 im Großspenden-Fundraising tätig. Er leitete zunächst das Hochschulreferat Fundraising der Technischen Universität München und wechselte anschließend in die Beratung. Seit 2009 ist er Geschäftsführer der Brakeley GmbH. Brakeley wurde in den USA gegründet und berät seit knapp 100 Jahren Organisationen in Europa, Amerika und Asien im Großspenden-Fundraising.*
► *www.brakeley.de*

Video-Tutorial und kostenlose Software

Wie das Arbeiten mit einem Moves-Management-System in der Praxis aussieht, zeigen wir in einem Video-Tutorial, das auf der Website des Fundraiser-Magazins zur Verfügung steht. Das im Video-Tutorial verwendete Moves-Management-System wird interessierten Lesern des Fundraiser-Magazins kostenlos zur Verfügung gestellt. Das Video-Tutorial und Informationen zum Download der Excel-basierten Datei sind auf der Website des Fundraiser-Magazins im Bereich „Fundraising Praxis" zu finden:
fundraiser-magazin.de

ConSozial

sozial

Fachmesse und
Congress des
Sozialmarktes

5.–6. November
NürnbergMesse

Mit

- Management-Symposium der ConSozial
- ConSozial extra
- Themen-Specials: Lösungen statt Produkte
- KITA-Kongress der ConSozial & Messe-Forum KITA

2014

www.consozial.de

Fundraising mit Wirkung: Den Erfolg der Arbeit als Marketing-Instrument nutzen

Die meisten Spendenorganisationen informieren über ihre Aktivitäten – aber nur eine Minderheit berichtet auch über die von ihnen erzielten Wirkungen. Dabei heben sich Organisationen, die eine Wirkungslogik nachweisen können, wohltuend vom Wettbewerb ab. Denn durch eine Wirkungslogik entsteht ein klares Bild von dem, was die Organisation tut, warum sie es tut und warum sie dafür Unterstützung benötigt.

Was hat die Organisation konkret bei ihren Zielgruppen erreicht? Und mit welchen Mitteln? – Wenn Fundraisingverantwortliche anhand einer nachvollziehbaren Kausalkette und plausiblen Belegen beweisen können, warum die Organisation wirksam arbeitet, steigert das die Chancen auf ein erfolgreiches Fundraising deutlich.

Die Wirkung der eigenen Arbeit zu beschreiben ist aber manchmal gar nicht so einfach. Hilfestellung bietet das Modell der Wirkungstreppe. Nach diesem Grundverständnis beginnt Wirkung dort, wo sich etwas bei der adressierten Zielgruppe verändert.

Wer also der eigenen Wirkung auf die Spur kommen will, muss Antworten auf die folgenden Fragen in eine logische Kette bringen:

- Welchem gesellschaftlichen Problem widmet sich die Organisation?
- Was genau möchte sie erreichen, bezogen auf die Zielgruppe und die Gesellschaft allgemein?
- Welche Maßnahmen ergreift die Organisation deshalb und mit welchem Ziel?
- Welche Wirkungen erzielt sie in Folge dieser Maßnahmen? Wer wurde erreicht und was konnte konkret verändert werden?
- Wie wurden diese Veränderungen festgestellt?

Mit dem Social Reporting Standard (SRS) lassen sich entlang der Wirkungstreppe die Antworten kurz, knackig und adressatengerecht aufbereiten. Der SRS ist eine Berichtsform für gemeinnützige Organisationen, der alle relevanten Daten erfasst: Governance- und Finanzangaben werden ebenso transparent gemacht wie Zielgruppen und erzielte Wirkungen. Für gemeinnützige Organisationen eignet sich der Social Reporting Standard ganz hervorragend zur Selbstdarstellung. Denn anstatt auf plumpe Werbung setzt er auf Fakten, Wirkungen und Zusammenhänge.

Der Social Reporting Standard ist kostenlos erhältlich unter
▶ *www.social-reporting-standard.de*

PHINEO-Wirkungstreppe

PHINEO bietet SRS-Einsteiger-Workshops

Die nächsten ganztägigen Praxisworkshops finden statt

- am Freitag, dem 17. Oktober, bei der Vodafone Stiftung in Düsseldorf und
- am Freitag, dem 14. November, im Social Impact Lab Frankfurt/Main, unterstützt von der KfW Stiftung statt.

Infos und Anmeldungen unter
▶ *http://bit.ly/SRS-Workshops*

PHINEO
damit Engagement wirkt

PHINEO gemeinnützige AG
Anna-Louisa-Karsch-Straße 2 | 10178 Berlin
Telefon: +49 (0)30 52 00 65-400
www.phineo.org | info@phineo.org
facebook.com/phineo.g.ag | twitter.com/PHINEOgAG

QUALITÄTSZIRKEL
TELEFON-FUNDRAISING

Initiative für professionelles Telefon-Fundraising

Erfahren Innovativ Herzlich

Der Qualitätszirkel Telefon-Fundraising ist eine Initiative für erfolgreiches und professionelles Telefon-Fundraising im gemeinnützigen Sektor. Wir stehen für:

- **Eindeutige und nachhaltige Qualitätsstandards für Telefon-Fundraising**
- **Verpflichtung auf die Ethikregeln des Deutschen Fundraisingverbandes**
- **Transparenz für Spender/innen und Organisationen**
- **Klarheit über die rechtliche Situation**
- **Individuelle Beratung und maßgeschneiderte Kampagnen auch für Ihre Organisation**
- **Fortbildungsmöglichkeiten zum Organisationsinternen Telefon-Fundraising**

Mehr Informationen und unsere Qualitätsstandards zum Download finden Sie auf unserer Website www.telefon-fundraising.de

Qualitätszirkel Telefon-Fundraising
Oranienstraße 161 | 10969 Berlin
Tel.: +49 30 616 509 40 | Fax: +49 30 616 509 41
t.roehr@telefon-fundraising.de | www.telefon-fundraising.de

Mitglieder:

DIALOG FRANKFURT
... the communication company

GFS
Wir leben Fundraising.

TeleDialog

frc Spenden MANUFAKTUR
Ihre Fundraising Company

Deutscher Spendenhilfsdienst

DRK - Service GmbH
Ihr Dienstleister für das Deutsche Rote Kreuz

NON-PROFIT FÜR EINSTEIGER RATGEBER

Von Ehrenamt bis Minijob

Das steht Mitarbeitern und Engagierten zu

Ob Bezahlung, Versicherung oder Sozialabgaben – im Umgang mit Mitarbeitern und Helfern müssen Nicht-Regierungs-Organisationen (NGOs) vieles beachten. Der dritte Teil der Serie des Fundraiser-Magazins zur Non-Profit-Arbeit für Einsteiger beschreibt, worauf Ehrenamtliche, Honorarkräfte und Angestellte Anspruch haben.

Von PETER NEITZSCH

Welche Rechte haben Ehrenamtliche? Wie hoch darf eine Aufwandsentschädigung sein, damit sie steuerfrei bleibt? Wann kann eine Tätigkeit mit Honorar entlohnt werden? Und wann müssen Mitarbeiter bei der Sozialversicherung angemeldet werden? Gemeinnützige Organisationen sollten die Antworten auf diese Fragen kennen, bevor sie Helfer beschäftigen.

„Es gibt kein spezielles Gesetz, das bürgerschaftliches Engagement regelt", sagt Rechtsanwalt Michael Röcken, der auch Vorstandsmitglied im Bundesverband Deutscher Vereine und Verbände e.V. (bdvv) ist. Welche Aufwandsentschädigungen Ehrenamtliche erhalten dürfen, legt das Einkommensteuergesetz fest. Mit dem „Gesetz zur Stärkung des Ehrenamts" wurden 2013 verschiedene Regelungen angepasst. So wurde beispielsweise die Haftung von Vereinsmitgliedern auf grobe Fahrlässigkeit und Vorsatz beschränkt.

Mit demselben Gesetz wurde auch die Ehrenamtspauschale angehoben – von 500 auf 720 Euro im Jahr. Bis zu dieser Summe müssen Aufwandsentschädigungen nicht versteuert werden. Auch die Übungsleiterpauschale wurde angehoben: „Wer im pädagogischen Bereich eines Vereins tätig ist, kann jetzt bis zu 2400 Euro im Jahr ohne Steuerabzüge beziehen", sagt der Heidelberger Lehrbeauftragte für Vereinsrecht Gerhard Geckle. Erst darüber muss die Vergütung auch versteuert werden. Die Übungsleiterpauschale kann jedoch nur nutzen, wer in der Jugendarbeit tätig ist – beispielsweise als Trainer in einem Sportverein.

Anders verhält es sich mit der Ehrenamtspauschale: „Die kann auch für das Rasenmähen auf dem Vereinsgelände gezahlt werden", sagt Geckle. Einige Einschränkungen sind allerdings auch hier zu beachten: „Die Pauschalen dürfen nur im gemeinnützigen Bereich eines Vereins ausgezahlt werden, nicht im wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb", erläutert Röcken. Der Lesepate im Kinderhospiz kommt also für die Ehrenamtspauschale infrage, nicht aber der Helfer im Vereinscafé. Hinzu kommt: „Jeder Ehrenamtliche kann die Pauschale nur einmal ausschöpfen." Das gilt auch dann, wenn er bei mehreren Vereinen tätig ist.

„Ein Verein muss seine Mitarbeiter, ob bezahlt oder nicht, während der Vereinsarbeit versichern", sagt Röcken. Denn die gesetzliche Unfallversicherung würde nicht jedes ehrenamtliche Engagement abdecken. Werden die Freibeträge überschritten, ist die Mitarbeit ohnehin nicht mehr ehrenamtlich. Der Helfer muss dann entweder angestellt werden – oder er bekommt ein vorher vereinbartes Honorar gezahlt. Das setzt allerdings voraus, dass eine entsprechende selbstständige Tätigkeit beim Finanzamt angemeldet wurde.

„Vereine wollen am liebsten alles über Aufwandsentschädigungen oder Honorare regeln", so Geckle. „Wenn eine versicherungspflichtige Beschäftigung vorliegt, wird das oft übersehen." Dies sei beispielsweise der Fall, wenn ein Mitarbeiter fest in die Organisation eingebunden ist – mit fixen Arbeitszeiten und einem eigenen Arbeitsplatz. Für eine abhängige Beschäf-

tigung spricht auch, wenn die NGO gegenüber dem Mitarbeiter weisungsbefugt ist. „Auch wer als Trainer nur für einen Verein arbeitet, ist vermutlich scheinselbstständig", ergänzt Röcken.

Wichtig ist deshalb, dass das Beschäftigungsverhältnis klar geregelt ist: „Viele NGOs unterschätzen die Gefahr von Scheinselbstständigkeit", warnt Röcken. „Wenn keine Lohnsteuer und Sozialabgaben abgeführt wurden, kann das zu saftigen Nachzahlungen führen." In einem Verein haften die Verantwortlichen dafür auch persönlich: „Schlimmstenfalls muss der Vorstand die ausstehenden Abgaben aus der eigenen Tasche bezahlen." Der Anwalt rät deshalb vom Sozialversicherungsträger prüfen zu lassen, ob eine abhängige Beschäftigung vorliegt. „Das Ergebnis der Prüfung ist dann aber auch bindend."

Für kleinere Tätigkeiten besteht ein vereinfachtes Abgabeverfahren: „Bis zu 450 Euro im Monat können auf Minijob-Basis abgerechnet werden", sagt Geckle. Der Arbeitgeber bezahlt dann einen Beitrag zur Renten-, Kranken- und Unfallversicherung sowie eine Pauschalsteuer. Beiträge zur Pflege- und Arbeitslosenversicherung fallen erst an, wenn die Verdienstgrenze überschritten wird: „Erst ab 450 Euro im Monat ist man im Bereich einer regulären Beschäftigung, dann greift die volle Sozialversicherungspflicht."

Für kleinere Tätigkeiten sei ein Minijob eine gute Lösung, bestätigt Röcken. Angemeldet wird der über die Minijob-Zentrale bei der Deutschen Rentenversicherung Knappschaft-Bahn-See. „Man kann auch verschiedene Beschäftigungsformen kombinieren", so Röcken. Derselbe Mitarbeiter könne einen 450-Euro-Job im Geschäftsbetrieb des Vereins machen – und für sein Engagement im gemeinnützigen Bereich eine Ehrenamts- oder Übungsleiterpauschale erhalten. Sofern es sich um zwei verschiedene Aufgabengebiete handelt.

Ab dem 1. Januar 2015 tritt noch eine weitere Änderung in Kraft: „Ab nächstem Jahr darf der Vorstand eines Vereins für seine Tätigkeit keinen Cent mehr bekommen", sagt Röcken. Es sei denn, in der Vereinssatzung wird ausdrücklich festgeschrieben, dass dem Vorstand ein Entgelt zusteht. „Viele Vereine werden deshalb ihre Satzung ändern müssen." ◘

Link-Tipp: ▶ *www.bnve.de*
(Bildungsnetzwerk Verein und Ehrenamt)

Literatur-Tipp für Österreich:
Herbert Grünberger: Praxisratgeber für Vereine. Vereinsgründung – Vereinsbesteuerung – Arbeitgeberpflichten – Fallbeispiele.
Linde Verlag 2013. 144 Seiten.
ISBN 9783709305164. 19,90 €.

Wenn nur alles so einfach wäre!

Mehr Aktualität im Onlineportal:
laufend aktuelle Fotos und Texte vom Tagesgeschehen aus Kirche, Diakonie, Politik und Gesellschaft!

Mehr Service im Magazin:
die Rubrik „Layout & Grafik", der Serviceteil „Gemeinde-Mediathek" und Checklisten aus erster Hand!

- neu: aktuelle Fotos aus der Bildredaktion des Ev. Pressedienstes (epd), Nachrichten aus dem Infoportal evangelisch.de und der Chrismon Redaktion.
- komfortabler Onlinezugang zum Bild-, Text- und Heftarchiv mit mehr als 13.500 Nachdruckmaterialien aus den Magazinen seit 1992
- inkl. sechs Heftausgaben mit 600 neuen Abbildungen pro Jahr für 98,40 € inkl. MwSt. und Porto Inland

Fordern Sie jetzt einen sechswöchigen Probezugang an. Schicken Sie eine E-Mail an: test@gemeindebrief.de
Die Freischaltung erfolgt innerhalb von zwei Wochen. Es entstehen keine neuen oder zusätzlichen Kosten.

www.gemeindebrief.de

Gemeinschaftswerk der Ev. Publizistik gGmbH, Verlagsservice, Postfach 50 05 50, 60394 Frankfurt/Main, Telefon: 069/5 80 98-225 Fax: 069/5 80 98-226, E-Mail: Kundenservice@gemeindebrief.de

Spenderbeschwerden als Chance

Auch beim Telefonfundraising geht es um den Menschen

„Jetzt habe ich schon im dritten Jahr in Folge keine Spendenquittung bekommen. Das kann doch nicht wahr sein, lernen Sie es nie?“ Dieser Anruf könnte der Anfang einer fruchtbaren oder furchtbaren Spenderbeziehung sein.

Von OLIVER STEINER

In telefonischen Beschwerden von Spendern liegen Chancen, aber auch Gefahren. Wenn Sie es schaffen, mittels des sehr persönlichen Instruments Telefon einen „Draht“ zu Ihrem enttäuschten Spender herzustellen, ihn und sein Anliegen zu verstehen und seine Probleme zu beseitigen, können Sie am Ende eine vertiefte Spenderbeziehung erhalten. Angesichts des steigenden Wettbewerbs in der Neuspendergewinnung und der ansteigenden Wertigkeit der Spenderbindung gewinnt das Beschwerdemanagement an Bedeutung im Fundraising.

Zumal sich Spenderbeschwerden auch sehr belastend auf Ihre Spenderbeziehungen auswirken können. So können Sie davon ausgehen, dass ein Spender im Schnitt ein Umfeld von 200 Personen hat. Verärgern Sie durch schlechte Leistungen und negatives Beschwerdemanagement den Spender, dann kann er zumindest einen Anteil dieser Menschen negativ in der Meinung zu Ihrer Organisation beeinflussen. Man geht von fünf bis neun Personen aus, denen ein sehr enttäuschter Spender langfristig seine Erfahrungen mitteilt. Vielleicht kennen Sie das Sprichwort: „Es braucht Jahre, um einen guten Ruf aufzubauen, jedoch nur Tage, um diesen zu vernichten.“

Entscheidend für Erfolg oder Misserfolg im Beschwerdemanagement ist dabei meist der telefonische Kontakt. Wir kennen die Situation, bei der aufgewühlt zum Hörer gegriffen wird: Man erhält nicht die Leistung, die man erwartet, vielleicht wird man sogar mehrfach enttäuscht und der Vorgang droht teuer zu werden. Und dann passiert es: Ein netter Mitarbeiter der Organisation hört zu, schildert die Lösung und realisiert diese im Anschluss. Danach

Tipps für den Umgang mit Spenderbeschwerden am Telefon:

- Lassen Sie den Spender „Luft ablassen“ und hören Sie zu!
- Bleiben Sie auf der Sachebene! Der Spender meint die Organisation und nicht Sie persönlich.
- Signalisieren Sie Verständnis, bleiben Sie empathisch!
- Bleiben Sie immer loyal Ihrer Organisation gegenüber!
- Entschuldigen Sie sich bei Fehlern Ihrer Organisation aufrichtig!
- Bedanken Sie sich, dass der Spender so offen seine Emotionen schildert und so Ihrer Organisation bei der eigenen Verbesserung hilft!
- Lösen Sie das Problem des Spenders abschließend und teilen Sie ihm die Lösung mit!

weiß jeder von uns: Diese Organisation ist kompetent und ich bin keine anonyme Kontonummer, sondern ein wichtiger Unterstützer. Hier bleibe ich!

Um eine solche Stärkung der Spenderbeziehungen zu realisieren, müssen gemeinnützige Organisationen interne Hausaufgaben machen. Im Kern geht es im Beschwerdemanagement um Menschen – und diese müssen geschult werden. Zumal die Spender-Beschwerden natürlich nicht immer von der Person am Telefon persönlich verursacht wurden, diese aber trotzdem die Organisation als Botschafter vertritt. Sie muss den Spender wieder zu einem zufriedenen Unterstützer machen und trifft gleichzeitig auf ungefilterte Emotionen.

Sie müssen sich nicht persönlich beleidigen lassen, sollte sich das Gespräch in diese Richtung entwickeln, nutzen Sie Formulierungen wie „Ich kann Ihre Emotionen gut verstehen, aber ich muss Sie bitten, mich nicht persönlich zu beleidigen“. Sollte dies wiederholt keine Wirkung zeigen, legen Sie bitte auf!

Bei Beschwerden ist es wie in einigen Familien. Erst beim Erben lernen Sie diese richtig kennen – bei Beschwerden lernen Sie Ihre Organisation kennen. Daher: Stellen Sie prozessual sicher, dass aus den Emotionen und der Unzufriedenheit des Spenders verbesserte Abläufe in der Organisation resultieren.

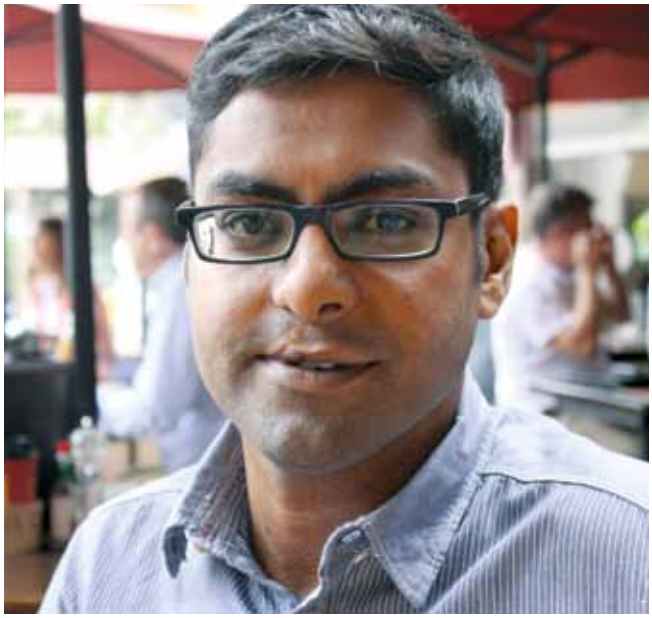
Oliver Steiner, *Politologe (TU), Betriebswirt (FH) und Fundraising Manager (FA), verfügt über langjährige Managementerfahrungen in den Bereichen Telefonfundraising, Beschwerdemanagement, Service Center und Dialogmarketing. Er ist Autor des Buches „Telefonfundraising“ im Gabler Verlag.*

www.dialogdirect.de | www.dialogdirect.at

Entwicklungshilfe als Comedy

Eine NGO, die einfach nichts tut: Das ist der Stoff aus dem Legenden sind

Stellen Sie sich eine Comedy-Serie vor, die sich über die Arbeit von Nicht-Regierungs-Organisationen (NGOs) lustig macht und die genau von diesen Organisationen gefeiert wird. „The Samaritans" ist eine solche Serie. Sie wird von einem Unternehmen aus Kenia produziert und zeigt mit Ähnlichkeiten zu „Stromberg" und „The Office" einige Absurditäten aus dem Non-Profit-Sektor. Zentraler Inhalt: „Eine NGO, die nichts tut", sagt der Schöpfer der Serie, Hussein Kurji von Xeinium Production. Darüber hinaus erforscht die Serie einige Charaktere und Situationen aus dem Kenianischen Büro der fiktiven Hilfsorganisation „Aid for Aid". Beispielsweise den Finanzdirektor, der mit Star Wars-Lichtschwertern durch sein Büro fuchtelt, eine stellvertretende Direktorin, die normalerweise eine Flasche Vodka, Valium und eine Crack-Pfeife zu Mittag nimmt, sowie einen neuen Direktor aus Übersee, der jedem sozial engagierten Menschen wie ein Fehlgriff vorkommen muss. Unser Autor Paul Stadelhofer sprach mit Hussein Kurji über die Finanzierung der Serie und über die Reaktionen aus dem Hilfssektor.



? Wie kamen Sie auf die Idee zu der Serie?

Wenn ich dasselbe über den normalen Büroalltag gemacht hätte, hätten wir nie einen solchen Erfolg gehabt, wie wir ihn momentan erfahren. Wir wussten, dass es sicher ein bisschen streitbar wird und wir hofften, dass wir so die Aufmerksamkeit der Leute erlangen würden. Wir wussten aber auch, dass es so was noch nie gab. Jeder, der Fernsehen schaut, kennt Anwälte, Ärzte, Detektive und die Musikindustrie. Niemand hat aber je etwas über den Non-Profit-Sektor gemacht, obwohl jedes Jahr auf der ganzen Welt Milliarden für Hilfsprojekte ausgegeben werden. Es ist also eine große Sache und sie wurde noch nie wirklich angezapft.

? Woher stammen die Charaktere aus „The Samaritans"?

Wir haben einfach versucht zu sehen, welche Personen in den vorhandenen Positionen arbeiten könnten. Es gibt viele Geschichten über derartige Charaktere, und viele Leute aus dem Bereich von Hilfsorganisationen, die die Serie bisher gesehen haben, haben auch die Charaktere wiedererkannt, was für uns gut ist, da auch sie die Geschichte lustig finden.

? Woher stammt die Idee für die Geschichte?

Eine Sache, die wir parallel zu unserem Crowdfunding gemacht haben, war, dass wir Crowdsourcing für die Geschichten betrieben haben. Wir laden die Leute dazu ein, unsere Webseite zu besuchen, auf der sie die Serie sehen, spenden und Vorschläge für künftige Episoden machen können. Sie können also auch Geschichten spenden und wir sind auch sehr dankbar dafür, dass die Leute Storys einreichen. Eine der vielen komischen Geschichten, die ich bisher gehört habe, war, dass eine europäische Organisation entschieden hat, in ein Nachbarland von Kenia zu gehen, um eine Toilette für eine Gruppe aus der ländlichen Bevölkerung zu bauen. Die hatten Berater eingeflogen und viel Geld für Papierarbeit, Schreibarbeit und die Entwicklung der Infrastruktur in dieser kleinen Gemeinde ausgegeben. Als dann alles gebaut war – nach vielen Monaten der Schreibarbeit und des Umherfliegens –, stellte sich heraus, dass diese kleine Gemeinschaft ein Stamm von Nomaden war. Als das Ding also einmal gebaut war, packte der Stamm seine Sachen und zog weiter. Das ist ein sehr schönes Beispiel dafür, dass es nötig ist, den Menschen am Boden der Realität zuzuhören und nicht jemandem, der weit entfernt ist.

? Können Sie mir ein Beispiel für eine Szene geben, die auf einer realen Begebenheit beruht?

Eine der wichtigsten Szenen in der ersten Staffel ist die, in der Scott, der neue Direktor, in dem Büro in Kenia ankommt. Er ist ein Typ aus Übersee, dessen einzige Visitenkarten eine unüberschaubare NGO-Sprache und ein Master ohne praktische Erfahrungen sind. Wir sehen das hier relativ häufig in einigen Sektoren, dass sie eher unerfahrene ausländische Experten wählen als erfahrene lokale Kandidaten. Das basiert also auf der Realität. Ein anderes Beispiel ist auch, dass Fiona, eine der ausländischen Experten, einen Mann aus Afrika heiratet. Sie sehen auch Büro-Politik mitsamt der Rivalitäten zwischen zwei Men-

schen. Wir setzen die realen Situationen also so häufig ein, wie wir nur können.

? Wie nehmen Sie selbst die Arbeit von Hilfsorganisationen in Kenia wahr?

Ich halte Mildtätigkeit generell für eine gute Sache. Als menschliche Wesen geht es uns allen darum, einander zu helfen. Wenn aus der Hilfe allerdings ein Geschäft wird, beginnen die Probleme. Das muss nicht bekämpft werden, nur eben neu definiert. Viele Nicht-Regierungs-Organisationen leisten ja auch exzellente Arbeit.

? Was sind Ihre persönlichen Erfahrungen mit der Non-Profit-Industrie?

Ich habe viele Freunde und Kollegen, die für den Non-Profit-Sektor in Kenia gearbeitet haben. Wie jede andere Industrie auf der Welt, im privaten wie im öffentlichen Bereich, gibt es immer gute und schlechte Beispiele. Wir nehmen nicht das Gute oder das Schlechte aus deren Arbeit, wir nehmen nur das, was lustig ist. Die meisten meiner Erfahrungen waren die eines Außenstehenden. Wenn Sie Nicht-Regierungs-Organisationen als ein Außenstehender betrachten, gibt Ihnen das eine andere Perspektive. Das erste Mal, dass ich sie in Frage gestellt und kritisch betrachtet habe, war beim Mittagessen, mitten unter der Woche. Einige Mitarbeiter einer NGO tranken Wein und nahmen ein Fünf-Gänge-Menü zu sich, während die Person vorne auf dem Podium darüber sprach, wie die Armut reduziert werden könnte. Es schien einfach nicht zu passen.

? Sie finanzierten die ersten beiden Episoden der Serie mit insgesamt 74 Unterstützern auf der Crowdfunding-Plattform Kickstarter. Insgesamt wurden dabei 10 700 US Dollar gespendet. Wissen Sie schon, wie Sie mit der Serie weitermachen wollen?

Noch nicht. Wir sprechen mit Händlern und mit verschiedenen Netzwerken, aber die Medien- und Produktions-Industrie in Kenia ist einfach noch nicht so weit entwickelt, wie sie es sein sollte. Deswegen bemühen wir uns auch um Zuschüsse von Medien. Dass uns anfangs auch eine NGO unterstützte, war ein großer Schritt für uns, weil wir dadurch mit hoher Qualität produzieren konnten. Unsere große Herausforderung ist es im Moment, die Mittel für den Rest der Staffel zu bekommen. Wir untersuchen auch, ob wir die Serie in verschiedenen Ländern, zum Beispiel in einer französischen, einer dänischen und einer deutschen Version, produzieren können.

Wer weitere Informationen zu der Serie sucht, spenden möchte oder auch selbst eine Geschichte beisteuern will, kann das auf *www.aidforaid.org* tun.

Der Trailer der Serie ist online verfügbar. (Scannen Sie einfach den QR-Code.)

? Sie haben auch schon in verschiedenen Ländern viel Aufmerksamkeit für die ersten beiden Episoden erhalten. Was sagen die Leute normalerweise über die Perspektive, aus der Sie die Arbeit von Non-Profit-Organisationen betrachten?

Es scheint ihnen zu gefallen. Wir hatten eine Filmvorführung in Washington D.C. vor einigen Wochen, die von rund 70 bis 80 Mitarbeitern aus Hilfsorganisationen besucht wurde. Die diskutierten am Ende natürlich über die Effizienz der Arbeit, die von NGOs geleistet wird. Eine Dame hatte sogar einen Artikel für Oxfam America verfasst, in dem sie einige Details der Serie beschrieb und darauf einging, warum sie so gut klappt. Ich glaube, viele Menschen sind vertraut mit einer Vielzahl der Geschichten, da die Rückmeldungen überwältigend positiv waren. Wir sind sehr glücklich darüber und wir sind auch sehr froh, dass die Leute überhaupt erkennen, dass es eine Komödie ist. Tatsächlich gab es vor einigen Tagen auch eine Filmvorführung auf einer Versammlung der UN, und als einige Clips aus „The Samaritans" den Teilnehmern vorgeführt wurden, entstand plötzlich riesiges Gelächter im Raum. Wir freuen uns sehr darüber, dass die Leute lachen.

Kleines Bonbon oben drauf?

Give-aways sind nicht jedermanns Sache, funktionieren aber immer wieder

Unter Fundraisern sind sie umstritten. Den einen gelten sie als unverzichtbare Bestandteile jedes erfolgreichen Mailings, andere lehnen sie kategorisch ab. Die Rede ist von Give-aways in Spendenmailings.

Von ANDREAS BERG

Es gibt drei Arten von Give-aways. Da sind zunächst die „klassischen" Give-aways, kleine Beilagen, die nicht viel kosten, wie Lesezeichen, Grußkarten oder (Adress-) Aufkleber. Dann gibt es emotionale Verstärker, Beilagen, die für den Empfänger keinen oder nur einen geringen Nutzwert haben und die erzählte Geschichte lebendig machen sollen. Beispiele für emotionale Verstärker sind Authentizität vermittelnde Fotos oder Lift Letters. Schließlich gibt es consumer benefit, hochpreisige Beilagen, wie beispielsweise CDs oder (höherwertige) Kalender.

Während emotionale Verstärker direkt den Inhalt des Mailings stützen, setzen die anderen beiden Give-away-Formen auf einen psychologischen Effekt, das sogenannte reziproke Geben. Die NGO verschenkt etwas und löst dadurch einen Dankreflex beziehungsweise ein Gegengeschenk aus. Wie stark dieser Effekt ist, hängt von der Qualität der Give-aways ab. Je wertschätzender es vom Empfänger wahrgenommen wird, desto eher wird es eine Spende auslösen. Wobei es übrigens keine Rolle spielt, ob es tatsächlich genutzt wird, also zum Beispiel ob die Grußkarten vom Spender dann auch verschickt werden. Entscheidend ist, ob sie gefallen und positiv aufgenommen werden. Neben diesem psychologischen Effekt wirken Give-aways noch auf eine zweite Weise. Sie machen neugierig und erhöhen deshalb die Öffnungsrate des Mailings. Der Effekt ist nicht zu vernachlässigen und vielleicht sogar noch größer als der Einfluss des reziproken Gebens. „Nichts passiert, wenn der Umschlag nicht geöffnet wird", lautet zu Recht eine der Grundregeln der Mailinggestaltung, vielleicht sogar die wichtigste. Klassische Give-aways und consumer benefits unterstützen nicht direkt die Kommunikation, aber Sie können niemanden überzeugen, der Ihr Mailing nicht liest.

Emotionale Verstärker bringen den Empfänger dazu, sich intensiver mit dem Thema zu beschäftigen und sprechen vor allem auch haptisch orientierte Menschen an. Der Inhalt des Mailings wird im wahrsten Sinne des Wortes anfassbar. Allerdings sind sie nicht immer unumstritten, wie ein Beispiel von Amnesty International UK zeigt. Die Organisation war eine der ersten, die einem Mailing einen Kugelschreiber beigelegt hat. In dem Mailing geht es um einen jungen Mann, der gefoltert wurde und dessen Augen mit einem Kugelschreiber ausgestochen wurden. „Was sie in der Hand halten, ist ein Folterinstrument, oder kann die Welt verändern." Letzteres bedeutet natürlich, dass man damit den Mitgliedsantrag ausfüllen soll. Einerseits ist der Kugelschreiber eine starke Illustration der erzählten Geschichte, andererseits ist der psychologische Druck, der hier ausgeübt wird, sehr hoch.

Beim consumer benefit dominiert die Beilage alles andere. Reziprokes Geben steht im Mittelpunkt, Inhalte spielen dagegen keine bestimmende Rolle mehr. Ganz

verdrängt werden sie aber nicht. Wenn das Thema oder die NGO den Empfänger nicht anspricht oder schlicht nicht interessiert, wird er trotz der hochwertigen Beilage nicht spenden. Bei consumer benefit kommt die Spende zuerst, und dann beginnt die inhaltliche Kommunikation. Vielen Fundraisern erscheint das suspekt, weil für sie die inhaltliche Überzeugung des Spenders zentral ist. Bei einer gut gewählten Zielgruppe und einer gelungenen Umsetzung ist die Response eines consumer benefit-Mailings gerade bei der Neuspendergewinnung extrem hoch. Aufgrund des geringeren Einflusses der Inhalte auf die Erstspendenentscheidung ist die Spenderbindung meist geringer. Wirtschaftlich betrachtet geht das meistens auf, weil die Response stärker steigt, als die Bindung sinkt. Aufgrund der höheren Kosten sind ein engmaschiges Controlling sowie ständige Vergleichstests mit anderen Beilagen unerlässlich.

Der Preis von Give-aways wird oft als Gegenargument genannt beziehungsweise werden sie als Geldverschwendung betrachtet. Auch wenn die Mailings zunächst teurer werden, Give-aways sind keine Geldverschwendung, weil sie für mehr Spendeneinnahmen sorgen. In der Regel führt die Beilage eines Give-aways zu einer Kosten-Nutzen-Verbesserung, also zu einer effizienteren Verwendung von Spendengeldern. Gerade bei der Erstspendergewinnung sind sie für die meisten NGOs unverzichtbar, wenn die Investition pro Spender in einem vernünftigen Rahmen bleiben soll.

Egal in welcher Form, Give-aways sind kein Allheilmittel. Entscheidend ist die Gesamtkonzeption des Mailings. Konzeptioniert man ein Mailing und legt dann einfach noch ein Give-away dazu, wirkt es oft wie ein Fremdkörper. Fröhlich-bunte Grußkarten werden in einem emotional getexteten Mailing über Menschen in Not unpassend wirken und gefährden den Erfolg eher, als dass sie ihn fördern. Es gibt auch viele NGOs, die komplett auf Give-aways verzichten, weil sie nicht zu ihrer Kommunikationsstrategie passen. Give-aways können somit eine effiziente und effektive Beilage zu Mailings sein. Ihr Einsatz ist eine strategische Frage und kein Patentrezept für mehr Spenden.

Andreas Berg *ist seit 16 Jahren Fundraiser und gilt als Spezialist für Datenanalysen, Strategieberatung und Database Fundraising. Seit 2012 steht er Non-Profit-Organisationen als unabhängiger Berater zur Seite.*
► *www.andreasberg.net*

Da helfen wir weiter.
0221 48 49 08 0 . Fundraising Profile
Nette Menschen. Helle Köpfe. Gute Schreibe.

Dein ist mein ganzes Herz?!

Die größten Irrtümer im Donor-Relationship-Management

Die Spatzen pfeifen es von den Dächern: Auf dem gesättigten Spendenmarkt ist Spenderbindung das A und O. Denn: Kostenintensive Neuspendergewinnung lohnt nur, wenn der Spender lange an die Organisation gebunden bleibt. Und um Bestandsspender zu halten, müssen sie sich zugehörig, wertgeschätzt und gebraucht fühlen.

Von MONIKA WILLICH

Die Verbindung mit Bestandsspendern kann sich auf die Mission der Organisation beziehen, beispielsweise vom Aussterben bedrohte Tierarten zu retten, oder auf eine Verbindung zu einer Notsituation, etwa wenn sie zugunsten der Flüchtlingshilfe spenden. Doch die stärkste Verbindung ist die zwischen handelnden Personen: Verkörpern die Personen, die um Spenden bitten, authentisch „ihre" Mission – ich denke beispielsweise an Karl-Heinz Böhm und seine Hilfsorganisation „Menschen für Menschen" –, spenden Menschen für Menschen mit Missionen. „People do not give to people. They give to people with causes." (European Commission)

Entwicklungspsychologen bezeichnen eine enge emotionale Beziehung zwischen Menschen als Bindung. Sie entwickelt sich im ersten Lebensjahr und verändert sich im Laufe des Lebens. Wir Menschen tarieren das jeweils „richtige" Verhältnis von Zuwendung und Abgrenzung stetig aus.

Es geht hier also um drei wesentliche Aspekte: Die Verbindung zwischen Menschen, die Gefühlsebene des Spenders, und das „richtige" Verhältnis von Nähe und Distanz. Da sind wir schon beim Donor-Relationship-Management. Es „ist ein Ansatz für das Marketing eines Anliegens, in dessen Mittelpunkt nicht das bloße Auftreiben von Geld steht, sondern die Entwicklung des vollen Potenzials einer speziellen Beziehung, die zwischen einer gemeinnützigen Organisation und ihrem Unterstützer besteht."

Donor-Relationship-Management, insbesondere der persönliche Kontakt zu den Spendern, macht für viele von uns das Interessante im Fundraisingalltag aus. Wir spüren berufliche Erfolgserlebnisse, wenn nach einem persönlichen Zusammentreffen die Großspende oder die Nachlasszusage erfolgt. Interessante, manchmal tiefgehende Gespräche, gegenseitige Sympathie und Begegnungen, die Stoff für Anekdoten liefern könnten, summieren sich mit den Berufsjahren. Das macht den Beruf gleichzeitig anstrengend, abwechslungsreich und befriedigend.

Wo ist das Problem? Gibt es überhaupt Irrtümer, oder suchen wir den Pferdefuß?

Viele Disziplinen haben sich schon mit der Nähe-Distanz-Problematik befasst: Die Medizin, Psychotherapie und Sozialarbeit ebenso wie die Theologie. Sie erkennen alle, dass zu viel Nähe oder zu viel Distanz die Knackpunkte sind.

Bleiben wir beim Ersten und betrachten wir die verschiedenen Seiten einer übergroßen Nähe, die teils auch im „Fundraising Knigge" von Kai Dörfner aufgeführt sind:

IRRTUM 1: SPENDENBEZIEHUNGEN SIND PRIVATFREUNDSCHAFTEN.

Zu Großspendern, Erblassern oder Zustiftern gibt es oft gewachsene Beziehungen. Spenden können durchaus aufgrund dieses langjährigen guten Kontakts erfolgen. Wer häufiger Kontakt zu Spendern hat, erfährt zwangsläufig vieles aus deren Leben, kennt Vorlieben und Abneigungen und weiß über die Motive zur Spende. Ein Irrtum ist, diese Beziehung als eine rein persönliche anzusehen, die Organisation auszublenden und auf schriftliche Dokumentation zu verzichten. Wenn dann nämlich ein Fundraiser geht, geht dieses Wissen mit ihm. Arbeitgeber sollten daher nicht zulassen, dass Personenwissen statt Organisationswissen überwiegt. Ist der Fundraiser nicht mehr im Dienst, besteht die Gefahr, dass die

Spenden sich reduzieren oder der Spender abwandert. Und ein Nachfolger hat dann möglicherweise große Schwierigkeiten, diesen Kontakt weiter zu gestalten.

IRRTUM 2: FUNDRAISER SIND SCHWIEGERKIND-ERSATZ.

Ein Großteil unserer Spender sind Senioren. Manche ältere Menschen sind einsam, soziale Kontakte nehmen ab, weil ihr Freundes- und Bekanntenkreis kleiner und der Bewegungsradius eingeschränkter wird. Damit wird die Beziehung zum Fundraiser bedeutender. Dies kann zur Folge haben, dass der Spender den privaten Kontakt zum Fundraiser in den Vordergrund stellen möchte. Geht dieser darauf ein, durch Besuche ohne Thema, kleinen Besorgungen, gemeinsame Unternehmungen oder sogar die Übernahme einer Betreuung, verirrt er sich im Beziehungsdschungel.

Mir schlug einmal ein alleinstehender älterer Herr, den ich wegen seiner Nachlassregelung besuchte, vor, mit ihm Urlaub in seinem Ferienhaus an der Ostsee zu machen. Ich bedankte mich für das freundliche Angebot und lehnte es taktvoll ab. Wer meint, dies wirke sich nachteilig auf die Entscheidung zur Erbeinsetzung aus, irrt. Ich hielt den Kontakt über sechs Jahre lang – ohne Ostseeferien mit ihm – und der Malteser Hilfsdienst erhielt nach seinem Tod den gesamten Nachlass.

Wir Fundraiser haben ein fixes Zeitbudget und eine gewisse Erfolgsorientierung. Und wir gestalten Beziehungen zu Spendern im Auftrag unserer Organisationen. Die Beziehungen sollen und dürfen natürlich herzlich und warm sein. Dabei drehen sie sich jedoch nicht um den Fundraiser, sondern um die Organisation und deren Projekte. Und professionelle Distanz ist nötig, um zu erkennen, ob es dem Spender schließlich um eine Großspende oder Nachlassregelung geht oder ob er sich Kontakt wünscht.

IRRTUM 3: GEMEINNÜTZIGE ARBEITGEBER SIND PERFEKTE WELTVERBESSERER.

„Sinnvolles Tun mit leidenschaftlicher Hingabe und vollem Einsatz! Zu einer Gemeinschaft, einer großen Familie der Guten gehören! Bei einem gemeinnützigen Arbeitgeber, der die Welt verändert. Mit der guten Sache der Selbstverwirklichung ganz nah, so dachte ich anfangs“, erzählte mir eine junge Fundraiserin, die kürzlich aus der Wirtschaft zu einer gemeinnützigen Organisation wechselte. Ihre Euphorie und Erwartungen waren groß. Sonntagvormittags telefonierte sie regelmäßig mit Spendern von zu Hause aus, bearbeitete anschließend ihre dienstlichen Mails und schrieb am Abend Konzepte. Doch schnell merkte sie, dass sie einer Fehleinschätzung aufsaß. Und dass Überidentifikation in Frust umschlagen kann. Auch der gemeinnützigste Arbeitgeber ist nicht perfekt und „kocht nur mit Wasser“. Kleine Eifersüchteleien und Intrigen gibt es in jeder Organisationseinheit und zwischen den Ressorts, gute und weniger gute Führungspersönlichkeiten in jedem Unternehmen. Interne Prozesse und Entscheidungen sind keineswegs immer nach dem Gusto der Fundraiser. Und Anerkennung für Geleistetes und Dank für Engagement sind oft rar.

Ebenso kann der Arbeitsgeber den Fehler begehen, ein überzogenes Maß an Identifikation, Engagement und Loyalität zu verlangen. Hier seien erwähnt: stetige Erreichbarkeit außerhalb der Arbeitszeiten und im Urlaub, Verzicht auf Vertretungsregelungen, eine Vielzahl unbezahlter Überstunden, zu großer Leistungsdruck, Zusatzaufgaben, die „ehrenamtlich“ zu leisten sind. Ein Beispiel: „Herr Meyer, großzügiger und treuer Spender, liegt im Krankenhaus. Wenn er wieder zu Hause ist, würde er sich sicher freuen, wenn Sie jeweils nach der Arbeit bei ihm vorbeischauen. Sie haben es ja nah zu ihm und zu Hause wartet niemand auf Sie,“ so der Chef zur Fundraiserin. Darauf gibt es nur eine gute Antwort: Nein. Gleichzeitig sollte die Fundraiserin anbieten, Adressen von Hausmeisterservicen oder Gebäudereinigern herauszusuchen und – während der Arbeitszeit – dem Spender einen Besuch abzustatten.

Als Fundraiser unterschreiben wir einen Arbeitsvertrag und kein Gelübde, mit dem wir uns zu Armut, Ehelosigkeit … ▶

► ... und Gehorsam verpflichten. Motivation, Einsatzfreude, Gesundheit und gute Leistung bleiben uns dann lange erhalten, wenn wir hinter den Zielen unseres Arbeitgebers stehen, Frustrationstoleranz aufbauen und für den nötigen Ausgleich zur Arbeit im Privatleben sorgen. Damit dies gelingt, müssen wir uns abgrenzen und zum Beispiel die Mailbox des Handys am Wochenende einschalten, statt „immer nah, immer da" zu sein. So kann montags die Arbeitswoche gut beginnen und wir können wieder geduldig und freundlich auf die Spender zugehen.

Nun zum zweiten Punkt, der in der Fundraising-Fachliteratur kaum erwähnt wird: eine zu große Abgrenzung zum Spender. Diese können wir uns im Fundraising nicht leisten, doch sie existiert in großen wie kleinen Organisationen. Anders ist es im Vertrieb in der Privatwirtschaft. Doch dort gibt es für Großkundenbetreuer auch andere Anreizsysteme, die sich allerdings keinesfalls einfach auf das Fundraising übertragen ließen. Aber das ist ein anderes Thema ...

IRRTUM 4: BEZIEHUNGSPFLEGE IST BÜRO-FUNDRAISING.

Wer meint, Beziehungspflege könne komplett vom Schreibtisch aus gestaltet werden, irrt. Oder scheut der Fundraiser die persönlichen Begegnungen? Eine magnetische Anziehungskraft scheint von seinem Bürostuhl auszugehen, nicht dem Besuchersessel beim Spender. Dies hat zunächst organisatorische Vorteile: Da muss er sich keine Gedanken über die Anfahrt machen (die zu seinem Büro kennt er ja im Schlaf), keine Unterlagen zusammenstellen und Spenderhistorien durchsehen, der Arbeitstag lässt sich zeitlich besser strukturieren als bei einem Außentermin, einen Dienstreiseantrag nebst Abrechnung muss er auch nicht machen und die „Was-ziehich an-Frage" löst er so wie immer.

Schwerer wiegen aber die emotionalen und inhaltlichen Vorteile: Der Fundraiser umgeht unsichere Situationen. Denn im Vier-Augen-Gespräch muss er nicht nur fachlich kompetent und gut informiert über aktuelle Projekte sein. Zudem sind Souveränität, Flexibilität und persönliches Auftreten gefragt. Wird der Besuch beim Spender zu Hause angenehm sein? Ist man sich sympathisch? Möchte der Spender etwas wissen, worauf der Fundraiser möglicherweise keine gute Antwort parat hat? Gerade wenn es um eine Nachlassregelung zugunsten der Organisation geht, werden sensible Themen berührt: Sterben, Tod, Vermögen, vielleicht auch familiäre Konflikte. Wie sehr besteht die Gefahr, Persönliches gefragt zu werden? Wie viel Nähe wird von ihm verlangt? Und welche Erwartungen hat der Spender an die Intensität des künftigen Kontakts?

KEIN IRRTUM: SPENDER SIND FREUNDE DER ORGANISATION.

Kontakt impliziert neben der Sach- auch immer eine Beziehungsebene. Ein absoluter Rückzug auf eine rein dienstlich-informative Kommunikation ist weder möglich noch Sinn der Sache. Denn es geht ja gerade um Beziehungsaufbau und Bindung. Doch wie weit der Fundraiser dabei geht, bestimmt er selbst. Ein Beispiel: Ich besuchte eine betagte Dame, die mehrere gemeinnützige Organisationen als ihre Erben einsetzen wollte. Im Laufe des Gesprächs kam sie auf das Sterben zu sprechen. Ihr liefen die Tränen über die Wangen und sie fragte mich: „Glauben Sie, dass es ein Leben nach dem Tod gibt?" Ich musste mein Innerstes nicht nach außen kehren, als ich ihr ein Taschentuch reichte und antwortete: „Ja, das glaube ich. Wie das aussieht, vermag ich allerdings nicht zu sagen." Später an diesem Nachmittag lachten wir zusammen, als sie mir die Anekdote vom misslungenen Hefekuchen bei ihrer Verlobung erzählte: Der Kuchen war so hart geworden, dass ihr Bräutigam ihn mit einer Säge zerteilen musste.

Vergleichbares erlebt ein Fundraiser in seinem Büro nicht. Aber er wird es auch viel schwerer haben, Vertrauen aufzubauen, Nähe zu schaffen, philanthropische Spenderinteressen kennenzulernen, den Funken der Begeisterung überspringen zu lassen und letztlich großzügige Zuwendungen zu erhalten. Denn: Großspenden- und Nachlassfundraising ist dann am erfolgreichsten, wenn die „persönliche Chemie" stimmt, Sympathie und persönliche Nähe sind oft entscheidender als Spendenprojekte.

Es gibt Studien, die zeigen, dass erstaunlich viele Menschen auf Warteschlangen oder Bahngedränge mit Stress reagieren. In diesen sogenannten Crowding-Situationen wird unsere Intimdistanz unterschritten, denn hier ist die Nähe unangenehm groß. Auch mancher Fundraiser fürchtet, bei Spenderbesuchen fremden Menschen – emotional – näher sein zu müssen, als ihm lieb ist. Vollkommen von der Hand zu weisen ist diese Befürchtung nicht. Doch wer die Spender als Freunde der Organisation betrachtet und gespannt darauf ist, sie kennenzulernen, wer professionell, mitmenschlich und mit Taktgefühl handelt, wird Spendergespräche suchen, statt sie zu meiden. Und er wird es verstehen, die Beziehungspflege und Bindung zum Spender gut zwischen Nähe und Distanz auszubalancieren. Die in meinen Augen besten Möglichkeiten dazu bieten Selbstreflexion und Gespräche mit Freunden. ◘

Monika Willich, *Diplom-Pädagogin, Fundraising-Managerin (FA) verantwortet seit 2005 in der Zentrale des Malteser Hilfsdienstes e. V., Köln das Großspender- und Nachlassfundraising. Seit 2010 baut sie zusätzlich ein Projekt-Patenschaftsprogramm zur Gewinnung von Groß- und Dauerspendern auf. Nebenberuflich lehrt sie an der Fundraising Akademie und arbeitet als Dozentin.*
► *www.malteser-patenprojekte.de*

PORTO.SPARER.

JETZT HABEN IHRE PORTOKOSTEN SCHWEIN GEHABT.

Preisgarantie
bis zum
31.12.2015*

Aufgepasst! Mit BPN können Sie beim Porto sparen:
Verschicken Sie Ihre Mailings deutschlandweit mit bis zu 20 % Portoersparnis gegenüber dem Wettbewerb. Setzen Sie sich mit uns in Verbindung – wir freuen uns auf Sie!

www.bauer-postal-network.de

BAUER BPN POSTAL NETWORK

Kommt gut an!

*Die Preisgarantie wird gewährt, wenn der Auftragseingang bis zum 30.09.2014 bei BPN schriftlich erfolgt ist.

Fundraising-Kalender

SEPTEMBER 2014

Organisationsentwicklung im Fundraising
26.09., Berlin
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Rhetoriktraining: Freie Rede und Gesprächsführung
26. & 27.09., Dresden
▶ *www.wehnerwerk.de*

openTransfer CAMP
27.09., Hamburg
▶ *www.opentransfer-camp.mixxt.de*

Basis-Seminar Fundraising
27.09., Radolfzell
▶ *www.t-sternberg.de*

Geldauflagen-Marketing kompakt – Worauf es in der Praxis wirklich ankommt
27.09., Frankfurt am Main
▶ *www.fundraising-praxis-seminare.de*

Business-Etikette
29.09., Stuttgart
▶ *www.fundraisingakademie.de*

DFRV-Regionalgruppentreff Hamburg
29.09., Hamburg
▶ *www.fundraisingverband.de*

Ausbildung zum Stiftungsmanager in Kirche, Diakonie und Caritas
29.09.–02.10., Arnoldshain im Hochtaunus
▶ *www.fundraisingakademie.de*

DFRV-Regionalgruppentreff Frankfurt Fundraising-Erfolge von Bürgerstiftungen
30.09., Frankfurt am Main
▶ *www.fundraisingverband.de*

OKTOBER 2014

Vom geben und nehmen!
01.10., Hannover
▶ *www.vnb.de*

Das Ökosystem des Social Entrepreneurship – Wie NPOs die neue Infrastruktur für sich nutzen können
01.10., Wien
▶ *www.wu.ac.at*

Swissfundraising-Erfa-Treff St.Gallen/ Euregio Ostschweiz
01.10., St.Gallen
▶ *www.swissfundraising.org*

SwissFoundations Stiftungsgespräch 2014: Stiftungsplatz Schweiz – Quo Vadis?
01.10., Zürich
▶ *www.swissfoundations.ch*

Über den Segen des Reichtums
01.10., Mainz
▶ *www.ekhn.de*

„UPDATE" Gemeinnützigkeit – Spenden, Steuern und Compliance
01.10., Wien
▶ *www.gemeinnuetzig.at*

Enterbrain Kunden- und Interessenten-Workshop 2014
02.10., Frankfurt am Main
▶ *www.enter-services.de*

Professionelles Freiwilligenmanagement in NPOs
06.10., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

Ihre Termine fehlen hier noch?

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,– €* (CHF 125,–)

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!

Treffgenaues Texten für Vereine und NPOs
06.10., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

Hochschul-Fundraising – Fundraising in der Hochschule professionell aktivieren
06. & 07.10., Düsseldorf
▶ *www.alumni-clubs.net*

Fundraising Kongress Austria
06. & 07.10., Wien
▶ *www.fundraisingkongress.at*

save the date!
21. Österreichischer Fundraising Kongress
6.-7.10.2014, Wien
www.fundraisingkongress.at

Vertriebssteuerung, Auslastungsmanagement und Kooperationen mit Tourismusunternehmen in Kulturorganisationen
07.10., München
▶ *www.npo-akademie.de*

medfund-Treff an der Spree
08.10., Berlin
▶ *www.steinrueckeundich.de*

6th International CSR Conference
08. & 09.10., Berlin
▶ *www.csr-hu-berlin.org*

9. Fundraisingtag Berlin-Brandenburg
09.10., Potsdam
▶ *www.fundraisingtage.de*

Erfolgreiche Pressearbeit
09.10., München
▶ *www.ibpro.de*

Storytelling für Kindertageseinrichtungen
09.10., Mannheim
▶ *www.t-sternberg.de*

Kultur braucht Freunde! Auf- und Ausbau von Freundevereinen/ Klubs für Kulturinstitutionen
10.10., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

Organisationsentwicklung im Fundraising
10.10., München
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Segen weitergeben (Erbschaftsfundraising)
11.10., Weinheim
▶ *www.t-sternberg.de*

Prozess- und Qualitätsmanagement in NPOs
13.10., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

Steuerrecht kompakt für NPO – Welche aktuellen Änderungen gibt es im Gemeinnützigkeitsrecht?
13.10., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

medfund-Treff am Rhein
14.10., Köln
▶ *www.steinrueckeundich.de*

medfund TREFF AM RHEIN
Das Netzwerk für Krankenhaus-Fundraising
14. Oktober 2014 in Köln
www.steinrueckeundich.de

The International Fundraising Congress
14.–17.10., Noordwijkerhout, Holland
▶ *www.resource-alliance.org*

the resource alliance ifc2014
International Fundraising Congress
Inspire. Connect. Transform.
14-17 October 2014, The Netherlands
resource-alliance.org/ifc

Fundraising für Stiftungen – Strategieentwicklung
15. & 16.10., Berlin
▶ *www.stiftungsakademie.de*

In fünf Schritten zum erfolgreichen Förderprojekt
15. & 16.10., Berlin
▶ *seminare.förderlotse.de*

21. Österreichischer NPO-Kongress Geht es auch einfacher? – NPO-Management zwischen Komplexität und Simplifizierung
15. & 16.10., Wien
▶ *www.controller-institut.at*

Basis-Seminar Fundraising
16.10., Weinheim
▶ *www.t-sternberg.de*

Vom geben und nehmen!
16.10., Göttingen
▶ *www.vnb.de*

medfund-Treff am Main
16.10., Frankfurt am Main
▶ *www.steinrueckeundich.de*

Infoveranstaltung Fundraising-Weiterbildung
17.10., Ludwigsburg
▶ *www.t-sternberg.de*

Gewaltfreie Kommunikation – Vertiefungsseminar
17.–19.10., Meißen
▶ *www.wehnerwerk.de*

Zustiftungen gewinnen
18.10., Nürnberg
▶ *www.fundraising-bayern.de*

Von der Einzelaktion zur Gesamtkonzeption
18.10., Müllheim
▶ *www.t-sternberg.de*

Grants – Wie NPOs erfolgreich an „Calls for proposals" teilnehmen
20.10., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

Gesprächskreise Stiftungsfonds
21.10., Düsseldorf
▶ *www.die-stiftung.de*

Fundraising in der Praxis – Wie Sie Spender und Sponsoren gewinnen
22.10., Mannheim
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Online-Spenden – Fundraising und digitale Kommunikation
22. & 23.10., Mühlheim an der Ruhr
▶ *www.fundraising-und-system.de*

Wie mache ich eine strategische Planung?
23.10., Basel
▶ *www.nonprocons.ch*

Treffen der RG München Jubiläumsveranstaltung 20 Jahr Regionalgruppe
23.10., München
▶ *www.fundraisingverband.de*

Erfolgreich Spender und Sponsoren gewinnen
23. & 24.10., Freiburg
▶ *www.fundraising-praxis-seminare.de*

Großspenden- und Nachlass-Fundraising
24.10., Frankfurt am Main
▶ *www.fundraisingakademie.de*

11. Sächsischer Stiftungstag
25.10., Dresden
▶ *www.stiftungen.org*

Vom Thema zu Konzept, Text und Gestaltung – So gelingt das Spendenmailing!
27.10., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

Vertriebssteuerung, Auslastungsmanagement und Kooperationen mit Tourismusunternehmen in Kulturorganisationen
27.10., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

Cultural Brand Awards (Kulturmarken Award)
30.10., Berlin
▶ *www.kulturmarken.de*

Swissfundraising-Erfa-Treff Basel
30.10., Basel
▶ *www.swissfundraising.org*

Kultur Invest 2014 Kongress
30. & 31.10., Berlin
▶ *www.kulturinvest.de*

NOVEMBER 2014

Grundlagen des Campaigning in Non-Profit-Sektor
03.11., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

Projektmanagement kompakt für NPO-ManagerInnen
03.11., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

Treffen der Regionalgruppe Potsdam
03.11., Potsdam
▶ *www.fundraisingverband.de*

Weiterbildung Grossspenden-Fundraiser/in
03.–06.11., Basel/Zürich
▶ *www.major-giving-institute.org*

Integrierte Kampagnen – Wie Sie erfolgreich Inhalte mit der Akquisition von Geldern kombinieren
04.11., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

Swissfundraising-Erfa-Treff Bern
04.11., Bern
▶ *www.swissfundraising.org*

Texten fürs Fundraising
05.11., Hannover
▶ *www.vnb.de*

Erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit für NPOs
05.11., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

4. DIGEV-Praxisseminar Fundraising und Erbrecht
05.11., Kraichtal-Unteröwisheim
▶ *www.digev-ev.de*

DVEV
Deutsche Vereinigung für Erbrecht und Vermögensnachfolge e.V.
4. DIGEV-Praxisseminar
Fundraising und Erbrecht
5. November 2014
Schloss Unteröwisheim/Kraichtal
www.digev-ev.de

ConSozial 2014
05. & 06.11., Nürnberg
▶ *www.consozial.de*

Krisenkommunikation für NPO
06.11., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

DFRV-Regionalgruppentreff Duisburg/Düsseldorf/Essen
06.11., Duisburg
▶ *www.fundraisingverband.de*

EU-Tagesseminar
07.11., Rostock
▶ *www.nordkirche.del*

Erfolgreiche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
07. & 08.11., Dresden
▶ *www.wehnerwerk.de*

Veranstaltungen mit „Gewinn" organisieren
08.11., Pforzheim
▶ *www.t-sternberg.de*

openTransfer CAMP
08.11., Frankfurt am Main
▶ *www.opentransfer-camp.mixxt.de*

Veranstaltungsrecht für NPOs – Tipps und Tricks aus rechtlicher Sicht
10.11., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

Fundraising kompakt – Modernes Fundraising in der Praxis
10.11., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

Einnahmen-Ausgaben-Rechner Rechnungslegung & Steuerrecht kompakt für NPOs
10.11., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

Professionelle Interne Kommunikation – Für Vereine, Verbände, Kammern, Stiftungen, Berufsvereinigungen und andere Non-Profit-Organisationen (NPOs)
10.11., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

Fundraising „kompakt" – Modernes Fundraising in der Praxis
10. & 11.11., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

11. Museumsmanagement-Tagung: With a little help from my friends. Fördervereine und Freundeskreise von Museen
10. & 11.11., Rosengarten-Ehestorf bei Harburg
▶ *www.arbeitskreis-museumsmanagement.de*

Fundraising für Stiftungen
10.–14.11., Berlin-Schwanenwerder
▶ *www.stiftungsakademie.de*

Fundraising in NPOs
10.–14.11., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

Fundraising-Netzwerktreffen
11.11., Nürnberg
▶ *www.fundraising-bayern.de*

Vereinsrecht update – Aktuelle Entwicklungen in Rechtssprechung und Gesetzgebung
11.11., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

Kommunikation in Veränderungssituationen – Für Vereine, Verbände, Kammern, Stiftungen, Berufsvereinigungen und andere Non-Profit-Organisationen
11.11., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

Großspenden-Fundraising
12.11., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

Ihr persönlicher Mediencheck: Mitarbeiter-, Vereins- oder Verbandszeitung – Wie Sie diese erfolgreich verbessern können
12.11., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

medfund-Treff an der Ruhr
12.11., Essen
▶ *www.steinrueckeundich.de*

17. Bad Honnefer Fundraising-Forum „Telefonfundraising"
12 & 13.11., Bad Honnef
▶ *www.gfs.de*

GRANTS – Wie NPOs erfolgreich an „Calls for proposals" teilnehmen
13.11., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

Texten fürs Fundraising
13.11., Göttingen
▶ *www.vnb.de*

Business-Etikette
13.11., Frankfurt am Main
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Unternehmenskooperationen für NPOs
13.11., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

DFRV-Regionalgruppentreff Kassel
13.11., Kassel
▶ *www.fundraisingverband.de*

Schweizer Stiftungstag
13.11., Bern
▶ *www.profonds.org*

Organisationsentwicklung im Fundraising
14.11., Frankfurt am Main
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Online-Fundraising und Online-Campaigning
14.11., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

Hamburger Tage des Stiftungs- und Non-Profit-Rechts
14. & 15.11., Hamburg
▶ *www.hamburger-tage.net*

Online-Fundraising und Online-Campaigning
17.11., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

Fördermittel für gemeinnützige Organisationen
17.11., Nürnberg
▶ *seminare.förderlotse.de*

Controlling in NPO
17.–22.11., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

Gründungstreffen der DFRV-Fachgruppe Politik und Zivilgesellschaft
17.11., Berlin
▶ *www.fundraisingverband.de*

10. Konferenz der European Venture Philanthropy Association
17. & 18.11., Berlin
▶ *www.evpa.eu.com*

Basiswissen Stiftung – Rechnungslegung und Prüfung
18.11., Bonn
▶ *www.stiftungsakademie.de*

Professionelle Presse- und Medienarbeit
18.11., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

Fundraising für Hochschulen
20.11., Bonn
▶ *www.hochschulverband.de*

Swissfundraising-Erfa-Treff Zentralschweiz
20.11., Luzern
▶ *www.swissfundraising.org*

DFRV-Regionalgruppentreff Münster
20.11., Münster
▶ *www.fundraisingverband.de*

Geldauflagenmarketing – Wie Sie systematisch neue Zuweiser gewinnen
21.11., München
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Tag der Fördervereine
22.11., Hannover
▶ *www.landeskirche-hannovers.de*

Ausbildung zum Stiftungsmanager in Kirche, Diakonie und Caritas
23.-26.11., Arnoldshain im Hochtaunus
▶ *www.fundraisingakademie.de*

DFRV-Regionalgruppentreff Hamburg
24.11., Hamburg
▶ *www.fundraisingverband.de*

Kommunikation in Verbändesituation
25.11., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

Professionelle Interne Kommunikation
26.11., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

Kommunikationskonzept – Schritt für Schritt wirkungsvoll Konzepte entwickeln
26. & 27.11., Berlin
▶ *www.stiftungsakademie.de*

Swissfundraising-Erfa-Treff Zürich
27.11., Zürich
▶ *www.swissfundraising.org*

DEZEMBER 2014

DFRV-Regionalgruppentreff Potsdam
01.12., Potsdam
▶ *www.fundraisingverband.de*

Bildungsfundraising
02.12., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

Vorstellung der Fundraising-Konzepte
03.12., Hannover
▶ *www.vnb.de*

Deutscher Engagementpreis 2014
05.12., Berlin
▶ *www.deutscher-engagementpreis.de*

Ausbildung CSR-Manager/-in (FA)
08.-12.12., Herborn
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Vorstellung der Fundraising-Konzepte
11.12., Göttingen
▶ *www.vnb.de*

Social Talk 2014: Was kann Fundraising noch in einem modernen Finanzmanagement leisten?
12.12., Darmstadt
▶ *www.eh-darmstadt.de*

Wirksame Führung in der Praxis: Kultur braucht Tiefgang
16.12., Wien
▶ *www.wu.ac.at*

Erfahrungsaustausch ohne Tabus: Wie man von 0 auf 10 000 Fördermitglieder kommt, ist nur eins der Themen beim Fundraisingtag Berlin-Brandenburg am 9. Oktober in Potsdam. Traditionell findet auch die 9. Auflage an der Universität Potsdam, Campus Griebnitzsee, statt und wird wieder über 175 Non-Profit-Organisationen aus dem Nordosten Deutschlands anziehen. Den Impuls gibt diesmal Marion Junker vom Freilichtmuseum am Kiekeberg bei Hamburg. Ihr Kulturförderverein hat sich zu einem der mitgliederstärksten der Republik gemausert. Neuspendergewinnung ist auch das Thema von Katja Deckert vom NABU, die einen Erfahrungsaustausch ohne Tabus verspricht. Weitere Themen sind Markenbildung, Unternehmenskooperation, EU-Fördermittel und Spenderbindung. Veranstalter ist das Fundraiser-Magazin. Eine Anmeldung ist auch noch zu Veranstaltungsbeginn möglich.

9. Fundraisingtag Berlin-Brandenburg, 9. Oktober 2014 in Potsdam

▶ *www.fundraisingtage.de*

Jetzt vormerken
oder direkt anmelden
und Frühbucherrabatt sichern.

Im kommenden Jahr findet Kurs 4 der berufsbegleitenden Weiterbildung Großspenden-Fundraiser/in vom Major Giving Institute statt.

Jetzt stehen die Termine fest und auch eine Anmeldung ist bereits möglich. Es können wieder nur 16 Fundraiser/innen teilnehmen.

Die drei Blöcke finden statt am
04. - 07. Mai 2015
22. - 25. Juni 2015
21. - 24. September 2015

Sie finden alle Informationen unter
www.major-giving-institute.org

Beste Grüsse,

Dr. Marita Haibach   Jan Uekermann

Neue Angebote der NPO-Akademie

Auch im Oktober startet die österreichische NPO-Akademie neue Lehrgänge und Seminare. Den Anfang macht „Professionelles Freiwilligenmanagement in NPOs“ am 6. Oktober. Eine Woche später, am 13. Oktober, widmet sich die Akademie dem „Prozess- und Qualitätsmanagement in NPOs“. Engagierte aus dem Kulturbereich sollten sich den 10. Oktober vormerken. Dann findet das Seminar „Kultur braucht Freunde! Auf- und Ausbau von Freundevereinen/Klubs für Kulturinstitutionen“ statt. Der Veranstaltungsort ist jeweils Wien.

▶ *www.npo-akademie.at*

#otc14 Frankfurt

Das openTransfer CAMP will wieder „Gutes einfach verbreiten“. Aus diesem Grund lädt die Stiftung Bürgermut gemeinsam mit der Bertelsmann Stiftung Vordenker und versierte Projektmacher ein, um das Wachsen und den Transfer von Projekten voranzubringen. Am 8. November können im social impact lab in Frankfurt/Main Teilnehmer ihre Projekte vorstellen, ihr Wissen teilen und sich vernetzen. Ebenso willkommen sind Interessierte, die in ihrer Gemeinde ein Projekt aufbauen und von erfahrenen Praktikern lernen wollen.

▶ *http://opentransfer-camp.mixxt.de*

Kölner Verbändeseminare

Führungskräfte, Kommunikationsverantwortliche und Pressereferenten von Verbänden sollten sich den 11. November notieren. An diesem Tag veranstalten die Kölner Verbändeseminare in Berlin ein Seminar zum Thema „Verbandszeitschrift“. Über die inhaltliche Konzeption bis hin zur Mitgliederbindung wird das volle Spektrum abgedeckt. Das nötige „BWL-Know-how“ wird Verbändemitgliedern am 18. November in Bonn vermittelt. Hier werden unter anderem betriebswirtschaftliche Terminologie verständlich erklärt und der Unterschied zwischen internem und externem Rechnungswesen erläutert.

▶ *www.verbaendeseminare.de*

1. Tag der kirchlichen Fördervereine

Die evangelisch-lutherische Landeskirche Hannovers und das Evangelische MedienServiceZentrum laden am 22. November alle Engagierten von kirchlichen Förderkreisen und Fördervereinen in die Stadtkirche St. Johannis in Hannover ein. Neben zwei Seminarblöcken mit thematischen Schwerpunkten wie Mitgliederwerbung, Fundraising-Instrumente, Konfliktmanagement oder der Arbeit mit Ehrenamtlichen wird es mehrere Keynotes und natürlich umfangreiche Möglichkeiten zum Netzwerken geben.

▶ *www.evlka.de*

Social-Talk zum Fundraising

Die diesjährige Social-Talk-Fachtagung der Evangelischen Hochschule Darmstadt am 12. Dezember 2014 widmet sich der Frage, was Fundraising jenseits von Praxistipps und Best-Practice-Beispielen zukünftig sein kann. Mitveranstalter sind die Evangelische Kirche in Hessen und Nassau, die Evangelische Kirche von Kurhessen-Waldeck und die Diakonie Hessen. Zehn Vorträgen, Workshops und Seminare sollen einen multiperspektivischen Einblick in mögliche Szenarien der Finanzierung gemeinnütziger Organisationen bieten. Der Tagungsbeitrag beläuft sich auf 95 Euro.

▶ *www.eh-darmstadt.de/weiterbildung/tagungen*

Mission Sozialwirtschaft – produktiv und menschlich

Wer Parkplätze auf ihre Funktion als Begegnungsräume hin beleuchten möchte, kann das am 5. und 6. November im Rahmen der 16. Fachmesse und Congress des Sozialmarktes in Nürnberg tun. Die diesjährige Ausgabe der ConSozial bietet wie gewohnt am zweiten Tag auch den Kita-Kongress mit dem Messe-Forum KITA 2014. Unter dem Motto „Zwischen Anspruch und Wirklichkeit – KITA im Aufbruch" stellt er zentrale Entwicklungsfragen der Frühpädagogik in den Mittelpunkt.

Kinder und Jugendliche stehen aber auch im Fokus mehrerer Einzelveranstaltungen der ConSozial. So berichtet Svenja Heinrich vom Christilichen Jugenddorfwerk Deutschland e.V. mit „Jung, allein und fremd: Sichere Orte für minderjährige Flüchtlinge gestalten" von einem Best-Practice-Beispiel. Über Kinderarmut bis hin zu Partizipation in Kitas reicht das Spektrum der Angebote.

Neu in diesem Jahr sind Tandem-Vorträge in Kombination mit Tandem-Ständen: Vorgestellt werden hier erfolgreiche Gemeinschaftsprojekte von Sozialträgern und gewerblichen Unternehmen. Die Beispiele reichen von der Arbeitsmarkt-Integration über das Personalmanagement bis zur IT. Ebenfalls zum ersten Mal wird das Veranstaltungsprogramm durch ein Management-Symposium erweitert.

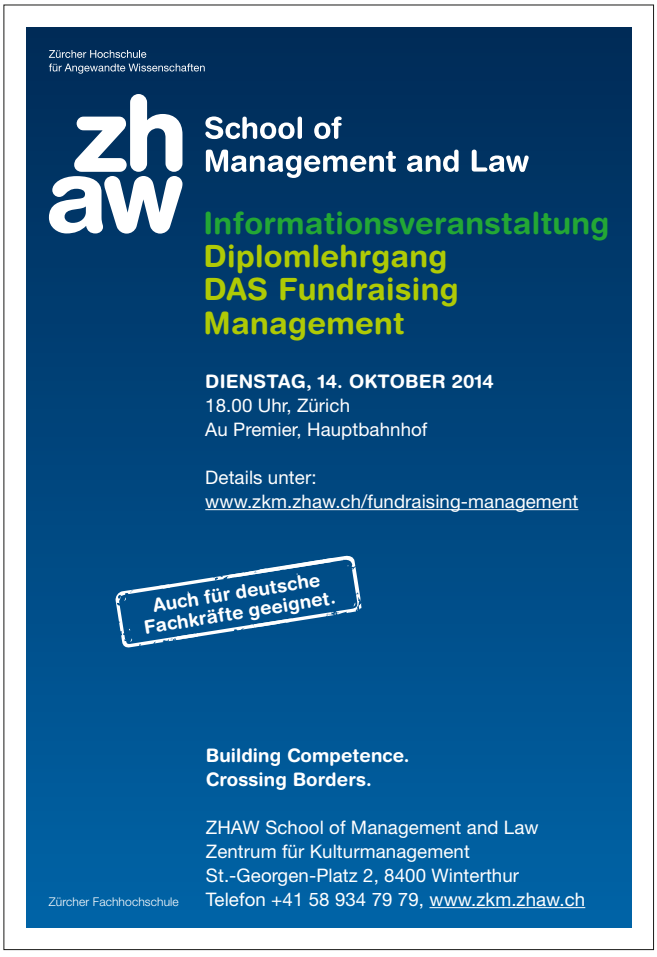
ConSozial – 16. Fachmesse und Kongress des Sozialmarktes, 5.–6. November 2014 in Nürnberg
▶ *www.consozial.de*

Der Deutsche Fundraising Kongress will besser werden

Der Deutsche Fundraising Kongress im kommenden Jahr ist auf den Mai verschoben worden. Aber nicht nur der Zeitpunkt ist ein anderer. Wenn sich die Fundraising-Szene vom 19. bis 21. Mai zum 22. Mal treffen wird, soll es laut Programmbeirat einige Neuerungen geben. Die gesamte Struktur soll stärker in Richtung Besucherfreundlichkeit ausgerichtet werden. Dafür steht auch die Idee, Workshops des ersten Tages am Vormittag des zweiten fortzusetzen. Das gäbe den Referenten die Möglichkeit, mit ihren Teilnehmern noch intensiver in die jeweilige Materie einzudringen. Als inhaltlichen Schwerpunkt legte der Programmbeirat das Thema „Großspenden" fest.

Insgesamt soll der Zeitplan auch stärker entzerrt werden. Die Verlängerung der Seminare von 60 auf 90 Minuten mit einer zusätzlichen Pause von 15 Minuten wird mit großer Wahrscheinlichkeit von der absoluten Mehrheit der Teilnehmer begrüßt werden.

22. Deutscher Fundraising Kongress, 19. bis 21. Mai 2015 in Berlin
▶ *www.fundraising-kongress.de*



Nicht auflegen!

Telefonfundraising steht ganz im Mittelpunkt des diesjährigen Bad Honnefer Fundraising Forums. Durch die Einführung von SEPA ist das Telefonfundraising komplizierter geworden. Ein Lastschriftverfahren kann nicht mehr ohne Weiteres am Telefon abgeschlossen werden. Die Notwendigkeit einer schriftlichen Bestätigung entpuppt sich nicht selten als Hürde. Trotzdem kommt es nach wie vor auf das Knüpfen neuer Kontakte genauso an wie auf Spenderbindung. Auch Erbschaftsmarketing lässt sich über das Telefon gestalten. Tipps dazu gibt Gerhard Wallmeyer von Greenpeace. Und Precalls erhöhen sogar die Response. Zumindest ist dieser Meinung Dr. Udo Marquardt von GFS Fundraising Solutions und wird Details dazu im Rahmen einer der Table-Sessions vermitteln.

Die Veranstaltung gibt auch Informationen für Einsteiger, besonders der Vortrag von Michael Urselmann von der FH Köln. Weitere Referenten sind unter anderen Holger Menze vom Qualitätszirkel Telefonfundraising, der die grundlegende Frage stellt, was Qualität im Telefonfundraising eigentlich bedeutet, und Corinna Heck vom Don Bosco Mondo e. V.

Neu im Programm ist ein get-together am Vorabend. „Die Nacht auf dem Drachenfels" beinhaltet eine Fahrt mit der Drachenfelsbahn und den Besuch des Schlosses Drachenburg mit kulinarischem Ausklang.

17. Bad Honnefer Fundraising Forum,
13. November in Bad Honnef, ► *www.gfs.de*

Erbrecht – kein Buch mit sieben Siegeln

Wer sich Erbschaften für den guten Zweck wünscht, sollte sich auch im Erbrecht auskennen. So die Idee der Deutschen Interessengemeinschaft für Erbrecht und Vorsorge e. V. (DIGEV). Bereits zum vierten Mal organisiert sie ein Praxisseminar Fundraising und Erbrecht. Diesmal am 5. November 2014 auf Schloss Unteröwisheim/Kraichtal.

Im Mittelpunkt steht die Situation der gemeinnützigen Organisation bei der vorsorgenden Testamentsberatung und Nachlassabwicklung. Jan Bittler, Rechtsanwalt und Fachanwalt für Erbrecht in Heidelberg, wird aus seiner fünfzehnjährigen Praxis die Grundstrukturen des Erbrechts, die jeder Fundraiser kennen sollte, vermitteln. Thomas Lauk, langjähriger Prokurist und Bereichsleiter „Nachlass-Betreuung" der Hoerner Bank, erläutert, was passiert, wenn eine gemeinnützige Organisation als Erbin eingesetzt wird.

Praxisseminar Fundraising und Erbrecht,
5. November auf Schloss Unteröwisheim/Kraichtal
► *www.digev-ev.de/praxisseminar.php*

Gemeinsam für den Social Impact: die nächsten 20 Jahre

Unter diesem Motto lädt die European Venture Philanthropy Association zu ihrer jährlichen Konferenz dieses Mal nach Berlin. Ebenso wie die Teilnehmer kommen auch die Referenten aus allen Teilen Europas. Mit dabei ist unter anderen Luciano Balbo von Fondazione Oltre, der ersten italienischen Venture Philanthropie Stiftung, und Christopher Fabian, Senior Advisor für Innovation bei Unicef.

Der erste Tag widmet sich dem Blick zurück auf die vergangenen zehn Jahre und stellt Fragen wie „Was hat sich inzwischen im Bereich des Social Investment verändert?", „Was hat funktioniert? Was nicht?". Ein weiterer Aspekt stellt Venture Philanthropy als Instrument der Restrukturierung von Organisationen dar.

Mit dem Blick nach vorn beleuchtet der zweite Tag unter anderem die Vor- und Nachteile von Crowdfunding und Crowdinvesting und versucht eine Einordnung der Forschung und Professionalisierung innerhalb der Venture Philanthropy.

10. Konferenz der European Venture Philanthropy Association,
17. und 18. November 2014 in Berlin
► *www. evpa.eu.com/annual-conference-2014/*

Der Ton macht die Musik …

Welche Sprache spricht Ihre Organisation?
Amtsdeutsch? Fachchinesisch? Szene-Slang? Oder gar Abküfi*?

Treffen Sie in Ihrer Kommunikation mit Spendern und Sponsoren immer den richtigen Ton? Wir unterstützen Sie dabei mit konkreten praktischen Leistungen sowie mit Coaching und Training Ihrer Mitarbeiter zu folgenden Schwerpunkten:

- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Spendenbriefe richtig schreiben
- Sponsoren erfolgreich ansprechen
- Corporate Design
- Entwicklung Ihres Leitbildes
- Ganzheitliche Kommunikation
- Zeitschriften, Newsletter, Internet

*Abkürzungsfimmel

© Jean Schweitzer@fotolia.com

Damit Ihre Spender und Sponsoren, Mitarbeiter und Freunde Sie immer richtig verstehen.

Lassen Sie uns ins Gespräch kommen! Daniela Münster und Udo Lehner freuen sich auf Ihren Anruf unter 03 51/8 76 27 10 oder Ihre E-Mail an daniela.muenster@mediavista.de beziehungsweise udo.lehner@mediavista.de

MediaVista KG

Altlockwitz 19 · 01257 Dresden · Telefon: 03 51/8 76 27 10 · Telefax: 03 51/8 76 27 99 · www.mediavista.de

Die Kuh macht Muh! Harzer Rotvieh grast auf der Weide ums Heinz Sielmann Natur-Erlebniszentrum Gut Herbigshagen bei Duderstadt. Das Zentrum wurde 1996 gegründet und ist heute ein regionales Umweltbildungszentrum. Darüber hinaus beherbergt es die Zentrale der Heinz Sielmann Stiftung. Diese wurde am 1. Juni 1994 von dem Tierfilmer Sielmann gemeinsam mit seiner Frau gegründet. Sie soll sich für den Erhalt der Artenvielfalt in Deutschland einsetzen. Mit diesem Ziel konnte sie bislang in Brandenburg vier Naturlandschaften mit einer Gesamtfläche von fast 12 000 Hektar erwerben. Sie sollen langfristig für den Naturschutz gesichert werden. Weitere Großprojekte der Stiftung sind derzeit die Betreuung vom „Grünen Band Eichsfeld-Werratal“ sowie der Biotopverbund Bodensee.

▶ *www.sielmann-stiftung.de*

Gemeinsam für Inklusion

Die Bundesliga Stiftung und die „Aktion Mensch“ kooperieren, um das Miteinander von Menschen mit und ohne Behinderung zu fördern. Unter dem Titel „Gemeinsam für Inklusion“ sollen in den kommenden Jahren Sport-Projekte unterstützt werden. Sichtbarer Startschuss der Kooperation von Bundesliga-Stiftung und „Aktion Mensch“ war der Supercup 2014 mit zahlreichen Aktionen zum Thema. Unter anderem wurde vor dem Spiel ein Banner mit dem gemeinsamen Logo ausgerollt. Auch die Gruppe der Einlaufkinder setzte sich aus Sportlern mit und ohne Behinderung zusammen. In Teilprojekten wie „Lernort Stadium“ arbeiten die Partner auch mit der Robert Bosch Stiftung zusammen, die politische Bildung an Lernzentren in Fußballstadien fördert. Gemeinsam mit der Arbeiterwohlfahrt (AWO) und der Deutschen Fußball Liga (DFL) schaffen sie auch ein Kompetenzzentrum für Blindenreporter. Der Reiseführer „Barrierefrei ins Stadion“ soll ebenfalls erweitert werden und künftig zusätzliche Tipps für die Anreise zu den Stadien der Bundesliga sowie der 2. und 3. Liga bieten.

▶ *www.bundesliga-stiftung.de*

▶ *www.aktion-mensch.de*

Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++ Kurzinfos +++

Videothek zum Ehrenamt

Die Stiftung Gute-Tat übernimmt die Ehrenamtsvideothek der Paritätischen Akademie Berlin. Die Internetplattform stellt gesellschaftliches Engagement in Bewegtbildern dar und soll unter der Leitung der Stiftung Gute-Tat weiter ausgebaut werden. Wer ehrenamtlich tätig ist, kann seine Tätigkeit in kurzen Videos vorstellen und so zum Mitmachen motivieren. Interessenten können sich außerdem Anregungen für die Praxis holen.

▶ *www.ehrenamtsvideothek.de*

Software-Spenden in der Schweiz

Auf dem Portal stifter-helfen.ch können Non-Profit-Organisationen aus der Schweiz Soft- und Hardwarespenden verschiedener IT-Unternehmen erhalten. Im Katalog enthalten sind Software-Produkte von Microsoft, SAP und Symantec Desktop sowie Symantec Enterprise. Wer Zugriff darauf haben will, muss sich einfach online registrieren und auf die Berechtigung zur Bestellung warten. Geschaffen wurde das Angebot von der deutschen Haus des Stiftens gGmbH aus München und von TechSoup Global, einer Nicht-Regierungs-Organisation aus den USA.

▶ *www.stifter-helfen.ch*

Jubiläum: 20 Jahre Kinder- und Jugendstiftung

Die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung hat in diesem Jahr ihr 20-jähriges Bestehen gefeiert. Während sie in ihrer Entstehungszeit noch überwiegend in den neuen Bundesländern aktiv war, arbeitet sie heute in ganz Deutschland. Ihr Fokus liegt auf der Qualitätsentwicklung in Kindertagesstätten, Schulen und Kommunen. Besonders wichtig ist der Stiftung eine Zusammenarbeit über verschiedene Sektoren und Ebenen hinweg. Denn: „Wer die Bildungschancen für alle Kinder und Jugendlichen verbessern will, sollte nicht nur in bekannten Strukturen oder Zuständigkeiten denken“, sagt Daniela Schadt, Schirmherrin der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung.

▶ *www.dkjs.de*

Strategien, Leitbilder und Ziele

Der Bundesverband Deutscher Stiftungen hat 234 Stiftungen zu ihren Strategien, Leitbildern und zum Controlling befragt. Laut der Umfrage orientieren sich 75,6 Prozent an einem Leitbild und 51,3 Prozent setzen sich jährlich mit ihren Zielen auseinander. Förder-, Projekt- und Anlagestrategien werden von über der Hälfte der Stiftungen schriftlich fixiert. Bei Strategien zur Personalentwicklung gilt das nur für 15,8 Prozent der Befragten. Eine regelmäßige Kontrolle der Zwischenergebnisse geschieht nur im Bereich der Strategien zur Vermögensanlage (bei 40 Prozent). Eine schriftlich festgehaltene Überprüfung der Zwischenschritte in der Personalstrategie erfolgt lediglich bei 14,5 Prozent der Befragten.

▶ *www.stiftungen.org*

Schweizer Stiftungstag in Bern

Am 13. November 2014 lädt der Schweizer Stiftungstag ins Kulturcasino in Bern ein. Der schweizerische Bundesrat Ueli Maurer wurde bereits als Festredner der Tagung angekündigt. Ausgerichtet wird der Schweizer Stiftungstag 2014 von proFonds, dem schweizerischen Dachverband gemeinnütziger Stiftungen und Vereine.

▶ *www.profonds.org*

Pilotprojekte zur Chancengleichheit

Die Stiftung Mercator und das Deutsche Studentenwerk fördern ab 2015 insgesamt fünf Studentenwerke mit 1,4 Millionen Euro. Das Geld fließt über drei Jahre hinweg in ein Förderprogramm für Studierende mit Migrationshintergrund. Dabei sollen Pilotprojekte entstehen, die auch in weiteren Städten von Studentenwerken, Hochschulen und Gesellschaften umgesetzt werden können. „Wir sind stolz und froh, dank der Unterstützung der Stiftung Mercator mit den Studentenwerken gezielte Projekte für mehr Chancengleichheit für Studierende mit Migrationshintergrund entwickeln zu können", so der Generalsekretär des Deutschen Studentenwerks, Achim Meyer auf der Heyde. „Ein solches Programm ist bildungspolitisch Gold wert, und die Studentenwerke können ihre ganze Expertise einbringen."

▶ *www.studentenwerke.de* ▶ *www.stiftung-mercator.de*

Tassie Collins und Jason Dugas forschen im eigenen Labor der amerikanischen Myelin Repair Foundation im Silicon Valley nach Heilmitteln. Die Hertie-Stiftung arbeitet künftig mit der Myelin Repair Foundation zusammen, um die Entwicklung neuer Medikamente zur Behandlung Multipler Sklerose voranzutreiben. Der Zeitraum zur Entwicklung neuer Arzneimittel in diesem Bereich betrug laut beiden Stiftungen bislang rund 40 Jahre. Ein eigenes Modell zur Übertragung von Grundlagenforschung in neue Medikamente soll dies beschleunigen. Konkrete Vorgaben, klare Ziele und ein ständiger Austausch über Ideen sowie Forschungsergebnisse sind darin vorgesehen.

▶ *www.ghst.de*

15 Jahre Plansecur-Stiftung

Die Plansecur Stiftung hat in diesem Sommer ihr 15-jähriges Jubiläum gefeiert. Mit mehr als 2,8 Millionen Euro hat die Stiftung in den vergangenen Jahren rund 1200 Projekte gefördert. Hervorgegangen ist sie im Jahr 1999 aus dem Verein „Planimpuls für engagierte Hilfe" e.V. Der Anlass für die Stiftungsgründung vor 15 Jahren: „Die Plansecur-Gründer wollten – wie auch die Plansecur-Gesellschafter heute – nicht nur ihre Kunden, sondern die gesamte Gesellschaft im Blick behalten", erklärt die Stiftungsvorsitzende Anette Trayser. „Dabei ist ihr Anliegen, ihren Erfolg zu teilen. Denn als Berater treffen Sie täglich auf Menschen, die mehr Geld zur Verfügung haben, als sie benötigen, und deshalb eine Finanzberatung in Anspruch nehmen. Gleichwohl gibt es immer Menschen, die ohne die Hilfe anderer nicht auskommen können." Die Stiftung fördert verschiedene Projekte der Kinder-, Jugend- und Familienhilfe und vergibt einmal jährlich einen Förderpreis, der mit 10 000 Euro dotiert ist. In diesem Jahr wurde er bereits zum 23. Mal vergeben.

▶ *www.plansecur.de*

Advertorial

Aktuell: Stiftung und Sponsoring

Die neue Ausgabe des Magazins „Stiftung & Sponsoring" ist erschienen. Ihr aktuelles Thema lautet „Freiheit und Innovation – Produktivität in der Nische". Der Schwerpunkt liegt damit auf dem vielfältigen und innovativen Wirken von Stiftungen. Außerdem betrachtet die aktuelle Ausgabe, wie offene Kommunikation und Evaluation dabei helfen, Kritik und Klischees zu begegnen. Im Gespräch ist Finanzvorstand Helmut Linssen zu den Ewigkeitsaufgaben der RAG-Stiftung und zur Chance von Stiftern, Akzente zu setzen. Außerdem betrachtet die aktuelle Ausgabe von „Stiftung & Sponsoring", welche rechtlichen Fragen und Probleme mit den neuen Informationstechnologien entstehen. Bernadette Hellmann und Stefan Nährlich werfen auf den „Roten Seiten" einen Blick auf die Entwicklung, die Funktionen und die Perspektiven von Bürgerstiftungen in Deutschland.

▶ *www.stiftung-sponsoring.de*

Der Prozess gegen den Formel-1-Manager Bernie Ecclestone ist vor dem Landgericht München am 5. August 2014 mit einer Rekordgeldauflage von einer Million Dollar für die Deutsche Kinderhospiz-Stiftung eingestellt worden. Das Verfahren der Bußgeldzuweisung bleibt undurchsichtig.

Wohin mit der Ecclestone-Million?

Rekord-Bußgeld zugunsten der Deutschen Kinderhospiz-Stiftung

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Formel-1-Chef Bernie Ecclestone war Bestechung eines Amtsträgers und Anstiftung zur Untreue in einem besonders schweren Fall vor Gericht zur Last gelegt worden. Mit einer Zahlung von 100 Millionen Dollar als Geldauflage und 25 Millionen Euro an die Bayerische Landesbank als Entschädigung wurde das Verfahren eingestellt. Ecclestone bleibt straffrei. Eine Million Dollar, das sind ungefähr 750 000 Euro, der Geldauflage geht an die gemeinnützige Deutsche Kinderhospiz-Stiftung in Olpe. Diese Summe ist für eine einzige Organisation in Deutschland ein Rekord und sprengt alle bisher da gewesenen Dimensionen.

Für die erst 2006 vom Deutschen Kinderhospizverein gegründete Kinderhospiz-Stiftung kam die Zuweisung völlig überraschend. „Wir haben uns zwar bei allen deutschen Gerichten als Geldauflagenempfänger registrieren lassen, aber damit hat keiner gerechnet!“, freut sich die Vorstandsvorsitzende Margret Hartkopf über die Entscheidung des Landgerichts München. Immerhin ist es auch schon drei Jahre her, dass die Deutsche Kinderhospiz-Stiftung zuletzt alle Richter und Staatsanwälte in Deutschland per Brief angesprochen hatte. Der dahinterstehende Verein allerdings schreibt regelmäßig die Gerichte an und bittet um Zuweisungen.

Der Vorteil von Bußgeldzuweisungen für Vereine liegt in der freien Nutzung des Geldes. „Solche Geldauflagen, wie sie juristisch korrekt heißen, sind nicht zweckgebunden, außer im Zuweisungsbescheid wird ein Zweck festgelegt. Sie sind keine Spende und unterliegen deshalb nicht der zeitnahen Mittelverwendung nach der Abgabenordnung und sie bedürfen auch keines Verwendungsnachweises“, erläutert Geldauflagenexperte Mathias Kröselberg, Geschäftsführer der Pro Bono Fundraising GmbH, den Unterschied zur Spende oder Zustiftung. Die Summe könnte sogar in den Kapitalstock der Stiftung fließen. „Wir haben das schon mehrfach auch juristisch geprüft“, bestätigt Kröselberg. Margret Hartkopf ist sich da noch nicht so sicher und will zunächst die schriftliche Zuweisung des Gerichts abwarten. Grund zur Eile, das Geld auszugeben, besteht nicht.

Margret Hartkopf ist seit 2006 ehrenamtliches Vorstandsmitglied der Deutschen Kinderhospiz-Stiftung und war bis April dieses Jahres zusätzlich Vorstandsmitglied des Deutschen Kinderhospizvereins e. V. „Bisher ging es in der Stiftung sehr ruhig zu“, bestätigt sie. Etwa 100 000 Euro konnte die Stiftung jährlich ausschütten, vorrangig an Einrichtungen des Kinderhospizvereins. Aber auch anderen Trägern stand und steht die Stiftung offen. „Unserem Traum, dass die Deutsche Kinderhospiz-Stiftung so viel Geld hat, dass wir ambulante und stationäre Kinderhospize in ganz Deutschland einen Teil der täglichen Geldsorgen abnehmen können, sind wir durch diese Zuweisung ein großes Stück näher gekommen“, schwärmt Hartkopf. Sie bleibt aber auch realistisch, denn jetzt ginge es darum, den Schwung der plötzlichen öffentlichen Aufmerksamkeit mitzunehmen und die

Stiftung noch bekannter zu machen, um noch mehr echte Zustifter für das Thema der Stiftung zu begeistern.

Grundsätzlich werfen solche großen Zuweisungen von Geldauflagen immer wieder die Frage nach der Verteilungsgerechtigkeit auf, denn Staatsanwälte und Richter können relativ frei entscheiden, wer in den Genuss der Zuweisungen bei Einstellung von Strafverfahren kommt. Also auch Vereine, die den Entscheidern nahestehen können oder von denen sie indirekt profitieren.

Die Hamburger Gerichtsbarkeit hat deshalb schon 1972 einen eigenen Weg beschritten, um für mehr Verteilungsgerechtigkeit und Transparenz zu sorgen. Sie weist alle Gelder einem zentralen Sammelfonds für Bußgelder mit vier Fonds entsprechend der Gerichtsbarkeit zu. Gerichte und Staatsanwälte bestimmen lediglich noch, an welches von zehn Fördergebieten ihre Bußgelder gehen sollen. Jedem der vier

Margret Hartkopf, ehrenamtliches Vorstandsmitglied der Deutschen Kinderhospiz-Stiftung, kann sich über die Ecclestone-Zuweisung freuen.

Sammelfonds ist ein Verteilungsgremium zugeordnet, das sich aus einem Richter, einem Staatsanwalt und einem Vertreter der Behörde für Justiz und Gleichstellung sowie zwei beratenden Mitgliedern der Behörde für Arbeit Soziales, Familie und Integration zusammensetzt. Dieses Gremium beschließt zweimal im Jahr über die Verteilung der in den Fonds angesammelten Bußgelder, zuletzt etwa eine Million Euro. Besonderheit in Hamburg ist, dass nicht nur 2 000 Organisationen auf der Liste der begünstigten Einrichtungen stehen, sondern extra beim Bußgeldfond einen Antrag mit Angaben, wofür das Geld verwendet werden soll, stellen müssen. So kommen jedes Jahr etwa 200 bis 500 Einrichtungen in den Genuss einer Zuweisung und müssen der Behörde für Justiz und Gleichstellung danach sogar nachweisen, wofür sie das Geld verwenden. Hier wird also viel stärker geprüft als in anderen Bundesländern und damit Missbrauch ein Riegel vorgeschoben. „Für Hamburg ist das ein Glücksfall, denn so haben wir keine Diskussionen mehr", empfiehlt Hartmut Quaddel von der „Bußgeld-Behörde" das Modell auch für andere Bundesländer, allerdings im Bewusstsein, dass es in Flächenbundesländern schwieriger umzusetzen ist.

CRM- & FUNDRAISING-SOFTWARE | REPORTING & ANALYSEN | PROJEKT- & DATENMANAGEMENT | SERVICE & BERATUNG

Es sind Ihre Daten …

… und unser Know-how!

ifunds
nonprofit CRM solutions

T 0221 6699520 | www.ifunds-germany.de

Im Osten was Neues

Bürgerstiftungen wollen Menschen unterstützen, sich selbst zu engagieren

25 Jahre nach der Friedlichen Revolution sind die Unterschiede in Ost- und Westdeutschland weiterhin groß, auch beim bürgerschaftlichen Engagement. Doch statt auf die Defizite im Osten zu schauen lohnt der Blick auf jüngste Entwicklungen, zum Beispiel bei den Bürgerstiftungen. Die Idee der Stiftungen von Bürgern für Bürger geht auf – dort, wo über Jahrzehnte demokratisches Handeln auf der Strecke blieb.

Von CHRISTIANE BIEDERMANN

„Wir sind das Volk!" – mit dieser Parole demonstrierten 1989 zehntausende Menschen nicht nur in Leipzig gegen die DDR-Diktatur. Am 9. November 1989 fiel die Mauer. Die Stiftung Bürger für Leipzig unterstützt 25 Jahre später das Projekt „Redefreiheit". Ein Buch dokumentiert, „was normale Bürger aus der Mitte der Gesellschaft dachten, was sie für drängende Probleme und mögliche Lösungen hielten", sagt Katrin Hart, Vorsitzende des Stiftungsrats der Leipziger Bürgerstiftung. „Und es präsentiert neu entdeckte Tondokumente der ersten Streitgespräche." Denn in jenen Tagen übte sich auch die eher passive Mehrheit der Bevölkerung erstmals in freier Rede bei öffentlichen Debatten. „Es ging um Medienpolitik, den fehlenden Rechtsstaat", erinnert sich Katrin Hart. Zu den Diskussionen kamen Ende Oktober 1989 zum Beispiel in das Leipziger Gewandhaus bis zu 1500 Menschen. Man hatte 200 erwartet, so Zeitzeugen.

Dass die Stiftung Bürger für Leipzig das Projekt „Redefreiheit" unterstützt, liegt für Angelika Kell, Vorstandsvorsitzende der Stiftung, auf der Hand. „Die Gründungsstifter verbindet das gemeinsame politische Erwachen im Jahr 1989 recht stark", so Angelika Kell. Spenden in Höhe von 20 000 Euro für ein Buch zusammenzubekommen, „hat funktioniert, weil es der richtige Moment ist." Privatpersonen, Unternehmen und die Stadt haben sich sofort beteiligt. Hinzu kamen Spendenmailings und ein Spendenabend, bei dem Kabarettisten Auszüge der Streitgespräche vortrugen.

„STIFTEN IST NICHT NUR ETWAS FÜR REICHE"

Die Idee der Bürgerstiftung stammt aus den USA. In einer Stadt oder Region bauen aus privater Initiative Bürger, Unternehmen und Organisationen gemeinsam das Stiftungsvermögen auf. Aus den Erträgen und mit Spenden unterstützen Bürgerstiftungen wiederum gemeinnützige Projekte vor Ort oder führen eigene durch. Jeder kann sich mit Geld, aber auch mit Ideen oder Zeit in den Stiftungen engagieren. Die ersten Bürgerstiftungen in Deutschland wurden 1996 in Gütersloh und 1997 in Hannover gegründet, in Wismar entstand 1998 die erste ostdeutsche Bürgerstiftung. Welche Rolle spielen Bürgerstiftungen in Ostdeutschland? Katrin Hart sagt: „Leipzig ist nicht erst seit 1989 eine engagierte Bürgerstadt. Die Tradition des Stiftens allerdings ist 1933 vollständig abgebrochen – und wir müssen sie wieder beleben. Unsere Bürgerstiftung will zeigen: Stiften ist nicht nur etwas für Reiche, da ist jeder willkommen, der sich für unsere Stadt engagieren möchte."

OST-WEST-UNTERSCHIEDE

25 Jahre nach dem Mauerfall steht das Bürgerengagement in Ostdeutschland in einer eigenen Tradition und weist Besonderheiten auf. Neben den Nachwirkungen der Diktatur hinterlassen die ökonomischen Defizite deutliche Spuren, beispielsweise gibt es weniger vermögende Privatpersonen und Unternehmen, die sich als Stifter finanziell engagieren könnten. Grund für Bundespräsident Joachim Gauck, beim Deutschen Stiftungstag im Mai 2014 in Hamburg den „Ausbau des Stiftungswesens in Ostdeutschland" anzumahnen.

Tatsächlich fallen diese Ost-West-Unterschiede auch bei den Bürgerstiftungen ins Auge: Von bundesweit 378 Bürgerstiftungen liegen nur 31 in Ostdeutschland, so der Länderspiegel Bürgerstiftungen 2014 der Aktiven Bürgerschaft. Ostdeutsche Bürgerstiftungen haben bisher durchschnittlich gut

> „Öffentliche Beteiligung und freiwilliges Engagement haben insgesamt zugenommen, insbesondere bei den jüngeren Menschen im Alter von bis zu 45 Jahren."

halb so viel Stiftungskapital aufgebaut wie die westdeutschen (Ost: 409 000 Euro, West: 755 000 Euro). Doch auf den zweiten Blick sind neue Entwicklungen auszumachen. Der Jahresbericht der Bundesregierung zum Stand der Deutschen Einheit 2013 stellt zwar fest, in Ostdeutschland seien „weiterhin weniger Menschen in Verbänden oder Vereinen ehrenamtlich aktiv als in den westdeutschen Ländern". Jedoch haben „öffentliche Beteiligung und freiwilliges Engagement insgesamt zugenommen, insbesondere bei den jüngeren Menschen im Alter von bis zu 45 Jahren." Dieser Trend ist auch bei den Bürgerstiftungen erkennbar. Gegenwärtig engagieren sich dort bundesweit mehr als 12 000 Menschen. Bei den ostdeutschen Bürgerstiftungen sind

durchschnittlich doppelt so viele aktiv wie bei den Westdeutschen (Ost: 48, West: 24). Die ehrenamtlichen Gremienmitglieder sind der Erfolgsgarant der Bürgerstiftungen, sie managen die Hauptaufgaben. Bei den ostdeutschen Bürgerstiftungen ist das Gros der Gremienmitglieder jünger als im Westen, 56 Prozent der Vorstände sind zwischen 30 und 50 Jahre, bei den westdeutschen Bürgerstiftungen sind hingegen 63 Prozent zwischen 51 und 69 Jahre alt (Länderspiegel Bürgerstiftungen 2010).

Bürgerstiftungen fördern in Ostdeutschland vor allem Bildung, weniger Soziales und Gesundheit. Die ostdeutschen Bürgerstiftungen nehmen im Durchschnitt mehr Spenden ein (Ost: 43 000 Euro, West: 31 000 Euro), ihre durchschnittlichen Fördersummen liegen höher als im Westen (Ost: 47 000 Euro, West: 38 000 Euro), wobei viele Projekte der ostdeutschen Bürgerstiftungen auch durch öffentliche Mittel gefördert werden. Statt auf mildtätige Zwecke setzen Bürgerstiftungen in West wie Ost stärker auf Projekte, die Menschen unterstützen, sich selbst zu engagieren (ebd.). Die Bürgerstiftung Barnim Uckermark in Eberswalde fördert zum Beispiel das Engagement von Kindern und Jugendlichen. „Wer schon als Kind erlebt, dass er ernst genommen wird, seine Ideen einbringen und etwas bewegen kann, entwickelt frühzeitig ein demokratisches Bewusstsein. Und ist voraussichtlich weniger anfällig für antidemokratische Ideologien oder für bürgerschaftliche Passivität“, sagt Stiftungskoordinatorin Helga Thomé.

Am Anfang stand das Projekt „Kinder haben Rechte“. Die Schülerin Eva Lina Schmidt hat mit anderen Mädchen Glückskekse gebacken, die Zettel mit Kinderrechten enthielten. Schnell waren die Kekse verkauft und 2 000 Euro an Spenden eingenommen. Es folgte der Wettbewerb „2 000 Mäuse winken“. „Da konnten Kinder sich mit ihren Projektideen bewerben. Eine Jury aus Kindern und Erwachsenen hat dann festgelegt, welches Projekt wie viel Geld bekommt“, berichtet Eva Lina. Die Bürgerstiftung Barnim Uckermark zählt zu einer der ersten, die Kinder und Jugendliche über die Vergabe von Geldern entscheiden lässt, mittlerweile auch ohne, dass Erwachsene in der Jury mitarbeiten. Der nächste Wettbewerb, bei dem eine Kinder- und Jugendjury entscheidet, steht an: „Sag’s mit Deinen Worten!“ Redefreiheit für eine Generation, die die Friedliche Revolution nur aus Erzählungen kennt. Für Eva Lina steht fest: „Wenn wir mal eine neue Idee und Zeit für ein Projekt haben, wenden wir uns sicher wieder an die Bürgerstiftung. Denn sie hat uns immer geholfen, unsere Ideen umzusetzen.“

Christiane Biedermann *reiste im Herbst 1989 jeden Montag von Eisenach nach Leipzig, um bei den Demonstrationen dabei zu sein. Heute arbeitet sie als Leiterin für Presse und Kommunikation bei der Aktiven Bürgerschaft – Kompetenzzentrum für Bürgerengagement der genossenschaftlichen FinanzGruppe der Volksbanken und Raiffeisenbanken in Berlin.*

- *www.buerger-fuer-leipzig.de/stiftung/Redefreiheit.asp*
- *www.aktive-buergerschaft.de*

Fachmagazin
Stiftung&Sponsoring
Immer auf dem Laufenden,
alle 2 Monate neu

- Aktuell, anschaulich, fundiert
- Praxisbeispiele, Fachartikel, Anregungen
- Kurze, prägnante Beiträge
- Ausgewiesene Autoren aus Wissenschaft und Praxis
- Alle wichtigen Themen des Nonprofit-Sektors

Fachwissen & Diskussion

2 kostenlose **Probehefte** jetzt anfordern

PERSONALMANAGEMENT IN STIFTUNGEN

Band 1

Berit Sandberg / Christoph Mecking
Vergütung haupt- und ehrenamtlicher Führungskräfte in Stiftungen
Die Ergebnisse der Vergütungsstudie
149 Seiten, Broschur, € 149,90
ISBN 978-3-9812114-0-5
Sonderpreis für Abonnenten des Magazins Stiftung&Sponsoring
€ 79,90

Band 2

Berit Sandberg (Hrsg.)
Nachfolge im Stiftungsvorstand
Herausforderungen und Handlungsempfehlungen für das Gremienmanagement
276 Seiten, Broschur, € 39,90
ISBN 978-3-9812114-1-2
Sonderpreis für Abonnenten des Magazins Stiftung&Sponsoring
€ 29,90

Band 3

NEU

Berit Sandberg (Hrsg.)
Arbeitsplatz Stiftung
Karrierewege im Stiftungsmanagement
262 Seiten, Broschur, € 39,90
ISBN 978-3-9812114-3-6
Sonderpreis für Abonnenten des Magazins Stiftung&Sponsoring
€ 29,90

& Stiftung Sponsoring

Bestellungen und Informationen:
Tel. 05246 92510-0 | Fax 05246 92510-10
abo@stiftung-sponsoring.de

www.stiftung-sponsoring.de

Festival lädt zur Revolution!

Die Ellen MacArthur Foundation will den Wandel zur Kreislaufwirtschaft

Mit dem Disruptive Innovation Festival wagt die Ellen MacArthur Foundation einen Schritt in die Zukunft. Vom 20. Oktober bis zum 14. November geht es bei dem Festival darum in Systemen zu denken; es geht um lebenswerte Städte, um die Wissenschaft des 21. Jahrhunderts, und es geht um eine neue Wirtschaft. Es geht um einen Wandel hin zur Kreislaufwirtschaft. Titel: „Die Wirtschaft verändert sich. Was muss ich wissen, lernen und machen?“

Von PAUL STADELHOFER

Die Ellen MacArthur Foundation will das Ende der Wirtschaft, wie wir sie kennen: Das Ende von Konsumgesellschaft und Wegwerfmentalität. Damit das klappt – ganz klar –, müssen alle an einem Strang ziehen. Was könnte einen besseren Anlass dazu bieten als ein gemeinsames Festival? Das Spannende an dem Konzept: Das Disruptive Innovation Festival wird in London abgehalten, ist über das Internet aber für jeden frei zugänglich – ganz gleich ob Praktiker oder Theoretiker. Alle können sich kostenlos anmelden.

350 STUNDEN PROGRAMM – VOM VORTRAG IN DIE WERKSTATT

Geplant sind 350 Stunden an mehrsprachigem Programm. Besonderes Highlight: Damit die Diskussionen beim Disruptive Innovation Festival nicht spurlos verpuffen, macht die Stiftung gemeinsame Sache mit der internationalen Macherszene. 3 D-Druck, Recycling, Upcycling, Do-it-yourself: Das ist hier die Devise! Beim Disruptive Innovation Festival wird die Szene vertreten durch das internationale FabLab-Netzwerk. Warum? Durch die Partnerschaft sollen noch während des Festivals in 250 Workshops in verschiedenen Städten Design-Innovationen entstehen und die diskutierten Inhalte umgesetzt werden. Im Zeichen der Partizipation stehen auch einige Open-Mic-Sessions, bei denen Interessenten ihre Sichtweise um fremde Perspektiven bereichern können. Als klassische Chillout-Zone bietet das Festival-Café einen Ort für Austausch und Ideen.

Aus den spannendsten Themen für 2014 erstellen die Veranstalter auf vier Bühnen einen Festival-Überblick. Unter dem Titel „Big Top Tents“ gibt es auch einige – von verschiedenen Hochschulen sowie Universitäten geleitete – Online-Seminare, die sich mit der regenerativen Wirtschaft beschäftigen.

DAS WHO-IS-WHO DER VORDENKER

Unter den Speakern sind bei dem Festival auch einige Vordenker der verschiedensten Disziplinen: Sir Ken Robinson spricht über Kreativität, Innovation und Personal. Der Designer William McDonough präsentiert die Cradle-to-Cradle-Designphilosophie, was so viel bedeutet wie „von der Wiege bis zur Wiege“ – Recycling oder Upcycling also.

Janine Benyus und Michael Pawlyn zeigen, wann die Natur ein gutes Vorbild für Produkt- oder Prozess-Innovationen ist. Stichwort: Biomimicry – Innovation inspired by Nature. Dave Ward, Development CTO und Chief Architect von Cisco Systems, wirft einen Blick darauf, wie Alltagsgegenstände in das Internet der Dinge kommen. Mark Miodownik, Leiter des Intitute of Making und Professor für Materialien und Gesellschaft am University College London, widmet sich dem Thema „Do-it-yourself“. Eben Bayer, CEO und Mitbegründer von Ecovative, spricht über Biomaterialien für die Produkte der Zukunft, Rachel Botsman, Gründerin des Collaborative Lab, spricht darüber, wie wir gemeinsam stark sein können und David Rowan, Herausgeber der UK-Edition des Tech-Magazins „Wired“, ist den aktuellsten Trends auf der Spur.

▶ *www.thinkdif.co*
▶ *www.ellenmacarthurfoundation.org*

Unverzichtbar für Fördersuchende

Bundesverband Deutscher Stiftungen (Hg.)

Verzeichnis Deutscher Stiftungen

Oktober 2014 | 8., erweiterte Auflage

Unverzichtbar für alle Fördersuchenden und Kooperationswilligen: Das Verzeichnis Deutscher Stiftungen ist das umfangreichste Nachschlagewerk zum deutschen Stiftungswesen. Recherchieren Sie im bundesweiten Stiftungsregister mit über 22.000 aktuellen Stiftungsporträts komfortabel nach potenziellen Projektpartnern.

	Preis Mitglieder/Nichtmitglieder
Bände 1–3 mit CD-ROM ISBN: 978-3-941368-59-0	**199,-/279,- Euro** *
Bände 1–3 ISBN: 978-3-941368-60-6	**139,-/199,- Euro** *
nur die CD-ROM ISBN: 978-3-941368-61-3	**139,-/199,- Euro** *

Band 1/2: Informationen zur vielfältigen deutschen Stiftungslandschaft mit mehr als 22.000 Stiftungsporträts, alphabetisch sortiert, mit Kontaktdaten, Zwecken und weiterführenden Informationen wie Projekte und Förderbedingungen

Band 3: Register nach Satzungszwecken und Orten

CD-ROM: Das komplette Verzeichnis Deutscher Stiftungen mit umfangreichen Suchmöglichkeiten und Links zu den Internetseiten der Stiftungen. Neben der einfachen und erweiterten Recherche können komplexe Suchabfragen abgespeichert und Notizen sowie Lesezeichen verwaltet werden. Für eine netzwerkfähige Version machen wir Ihnen gern ein Angebot.

* Preise in Euro inkl. MwSt. zzgl. Versandkostenpauschale von 3,00 Euro bzw. 8,00 Euro (Buchausgabe).

Bundesverband Deutscher Stiftungen

Bestellung und weitere Informationen:
Bundesverband Deutscher Stiftungen
Mauerstraße 93 | 10117 Berlin

Telefon (030) 89 79 47-0 | Fax -41
www.stiftungen.org/verlag
verlag@stiftungen.org

Ideal trifft Realität

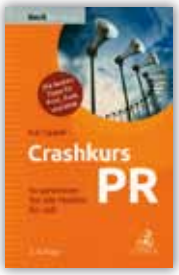
Menschen zweiter Klasse? „Zeit, etwas zu ändern!“, dachte sich Sina Trinkwalder und gründete in Augsburg keine NGO, sondern das Textilunternehmen „manomama“ für Menschen mit geringen Chancen am ersten Arbeitsmarkt. Die Chefin kämpft mit vielen Widerständen: Banken, die ihr soziales Geschäftsmodell nicht verstehen wollen, Politiker die gern reden, Wirtschaftsförderer, die lieber mit „Haischrecken“ kungeln als regionale Unternehmen zu fördern. Doch aufgeben ist nicht ihr Motto, sondern Mut haben, das Glück zwingen und auf Menschen vertrauen. Sie ist zweifelsohne eine Idealistin, die es aber schafft, nicht an der Realität zu zerbrechen, sondern sie zu formen.

Dieses Buch ist schonungslos, emotional und erfrischend ehrlich. Halbe Sachen akzeptiert Trinkwalder nicht, sei es bei Bio, Nachhaltigkeit oder Brandschutzabkommen für Bangladesch. Da bekommen einige einen ordentlichen Schuss vor den Bug. Das können andere Autoren zwar auch, doch Trinkwalder geht mit gutem Beispiel voran, zeigt, wie sie es mit ihrem Unternehmen geschafft hat, wie sie mit Menschen und Geschäftspartnern umgeht. Rückschläge inbegriffen. Denn auch Langzeitarbeitslose können sich als undankbare Egomanen entpuppen. Aber da sind ja noch ihre Ladies. Frauen, die einem richtig Mut machen, die zeigen, dass über 50 noch eine Menge geht, die zupacken und eine enorme menschliche, sogar unternehmerische Reife zeigen. Dieses Buch beschönigt nichts. Es lässt uns tief in die Welt Trinkwalders eindringen, bis ins leidende Familienleben hinein. Hier wird Realität beschrieben in erfrischend unterhaltsamem Stil. Es lohnt sich, unangepasst zu sein.

Matthias Daberstiel

Sina Trinkwalder. Wunder muss man selber machen. Wie ich die Wirtschaft auf den Kopf stelle. Droemer. 2013. 255 Seiten. ISBN 9783426276150. 16,99 €.

PR für die Hosentasche



Man muss nicht zwangsläufig schreien, um wahrgenommen zu werden. Auch im Zeitalter mehrkanaliger Kommunikation. Das will dieser knapp 100-seitige Crashkurs aufzeigen. Und dass erfolgreiches Marketing, denn das ist PR, kein Ergebnis des Zufalls ist. Vor dem Kommunizieren kommt also das Denken. Und nur, wer es schafft, sich in seine Zielgruppe hineinzudenken, erreicht sie am Ende auch. Denn es kommt nicht darauf an, einfach nur im Chor der vielen Stimmen mitzusingen. Nur wer relevant singt, wird gehört. Wie man das schaffen kann, steht hier.

Kai Oppel. Crashkurs PR. So gewinnen Sie alle Medien für sich. C.H. Beck. 2014. 128 Seiten. ISBN 9783406659782. 6,90 €.

Praxis-Tipps für Nervöse

Präsentationen müssen Spaß machen. Das ist leicht gesagt. Damit auch in der Praxis etwas daraus wird, haben die drei Autoren die wichtigsten Aspekte zusammengefasst. Dazu zählen Rezepte für die Vorbereitung und den Aufbau von Präsentationen, Tipps für den Umgang mit Medien und Hilfsmitteln sowie einige einfache Anleitungen dazu, wie Fragen oder Kritik behandelt werden können. Wer es besonders eilig hat, findet in dem Buch auch einige Checklisten zur Vorbereitung von Präsentationen unter Zeitdruck. Klarer Schwerpunkt ist die Praxis.

Martin Hartmann, Rüdiger Funk und Horst Nietmann. Präsentieren – Präsentationen: zielgerichtet und adressatenorientiert. Beltz Verlag. 2012. 224 Seiten. ISBN 9783407365132. 34,95 €.

Schluss mit lustig?

„Das Wesen sozialer Arbeit und Erziehung droht ‚auf der Strecke zu bleiben‘, mindestens jedoch ökonomisch zu mutieren und den Menschen aus den Augen zu verlieren.“ Ein hartes Urteil gegenüber der Sozialwirtschaft. Doch Ulrich Schneider, Hauptgeschäftsführer des Paritätischen Wohlfahrtsverbandes in Berlin, weiß, wovon er spricht.

Mit literarischem Feingefühl und handfester Praxisnähe legt Schneider den Finger in die Wunde: An jeder Ecke werde von Professionalisierung gesprochen, eigentlich sei aber nur eine Schematisierung und Instrumentalisierung der Menschen gemeint. Anders gesagt: Die Stempeluhr ist längst schon in der Pflege angekommen und dort, wo eigentlich menschlicher Kontakt im Vordergrund steht, geben Skalen zur Qualitätssicherung, Erfolgsindikatoren und minutengenaue Arbeitsvorgaben den Takt an. Kurzum: Der Taylorismus scheint mit wehenden Fahnen die Nächstenliebe aus Wohlfahrt und Sozialwirtschaft zu verbannen.

Doch was zu viel ist, ist zu viel. Schneider stellt sich mit wackerer Sachkenntnis der Kulturkrise in der Sozialwirtschaft. Er zeigt mit sprachgewaltigem Hintergrundwissen den wahnwitzigsten Wirtschaftsprognostikern die Stirn und nimmt mit spitzem Wortwitz auch hartgesottenen Sozialromantikern den Wind aus den Segeln.

So lohnt sich das Buch nicht nur für Leidtragende „Kunden“ und Mitarbeiter aus der Sozialwirtschaft. Es bietet auch für jene einen klaren Blick auf die Situation der Wohlfahrt, die weder Experten der Sozialwirtschaft noch Freunde pauschaler Kapitalismuskritik sind. Die faktenorientierte und kritische Perspektive des Fachmanns liefert saubere Argumente und ist auf jeden Fall eine Bereicherung. Zahlen und Durchblick inklusive.

Paul Stadelhofer

Ulrich Schneider. Mehr Mensch! Gegen die Ökonomisierung des Sozialen. Westend Verlag. 2014. 157 Seiten. ISBN 9783864890796. 13,99 €

Mit dem Essen spielt man nicht!

Pestizide, Antibiotika, gentechnisch modifiziertes Saatgut, Kunstdünger. Regelmäßig beunruhigen die Medien mit neuen Enthüllungen und Aufklärungen. Ann-Helen Meyer von Bremen und Gunnar Rundgren beschreiben ihre Reise durch die Welt – unter anderem zur Rohstoffbörse Chicagos und den Rinderzüchtern Brasiliens – auf der Suche nach alternativen Wegen zur zukünftigen Ernährung der steigenden Weltbevölkerung. Dabei fanden die Autoren heraus, dass auch die ökologische Landwirtschaft in der Lage ist, diese Herausforderung anzunehmen. Ihr Fazit: Mit dem Scheitern der industriellen Landwirtschaft, einerseits ersichtlich am Überangebot von Lebensmitteln, andererseits auch daran, dass viele Bauern entgegen der Natur wirtschaften und deren Belastbarkeitsgrenzen weit überschreiten, um die Kosten so niedrig wie möglich zu halten, ist eine ökologische Landwirtschaft in großem Maßstab nötig und möglich.

Ann-Helen Meyer von Bremen/Gunnar Rundgren. Food Monopoly. Das riskante Spiel mit billigem Essen. Oekom Verlag. 2014. 240 Seiten. ISBN 9783865816641. 19,95 €.

Fehler als Chance

Ein Ratgeber zum konstruktiven Umgang mit Fehlern in Unternehmen. Fehler sind menschlich und passieren einfach. Diese Eigenschaft des Menschen lässt sich nicht ändern. Ansetzen sollte man laut den Autoren mit der Einführung einer „positiven Fehlerkultur" in Unternehmen. Das bedeutet nicht, dass man zukünftig seine Mitarbeiter für ihr Fehltun lobt oder anderen die Schuld zuschiebt, noch weniger gibt das Buch Auskunft darüber, wie Fehler von vornherein verhindert werden können. Die Autoren verstehen darunter vielmehr, Fehler als Chance zu sehen und die richtigen Erkenntnisse abzuleiten, um eine Wiederholung auszuschließen. Wie das geht, beschreiben sie theoretisch und kompakt und veranschaulichen die Thematik im Anschluss daran anhand von zehn Praxisbeispielen. Dieses Buch empfiehlt sich all denen, die zeitweise unter „dicker Luft im Büro" oder schlaflosen Nächten leiden.

Gabriele Cerwinka und Gabriele Schranz. Fehler erlaubt. Aus Fehlern lernen, statt Schuldige zu suchen. Linde Verlag. 2014. 152 Seiten. ISBN: 9783709305157. 13,99 €.

Retterin aus der Not

Brasilien ist neben vielen südamerikanischen Ländern eins mit den größten sozialen Kontrasten. „Wohlstand sammelt sich in den Städten, an den Küsten und im Süden des Landes, während das Hinterland und der Norden mit ihren unendlichen dürregeplagten Weiten noch heute das Armenhaus des Landes darstellen." Vom Hunger getrieben, migrieren die Nordestinos in die Randgebiete der Metropolen; die sogenannten Favelas beherbergen circa 20 Prozent der Bevölkerung Sao Paolos, Tendenz steigend. Ute Craemer, deutsche Entwicklungshelferin und Sozialpädagogin, erzählt ihre Geschichte, die sich genau zwischen diesem Kontrast abspielt. Als Waldorf-Lehrerin für Kinder gutsituierter Familien und „Ersatzmutter" für die Kinder der Landlosen, denen sie ein Obdach bietet, pendelt sie tagtäglich zwischen Reichtum und Armut. Craemers Lebenswerk ist eine Brücke zwischen den beiden Welten, die sie errichtet, um die Menschen zu vereinen und deren Potenziale zu entfalten. Authentisch und packend erzählt Dunja Batarilo die Lebensgeschichte einer Frau, die eine der erfolgreichsten Sozialorganisationen Brasiliens gegründet hat und den Landlosen hilft, Elend und Gewalt zu überwinden.

Dunja Batarilo. Die Brücken Bauerin. Wie Ute Craemer die Favela Monte Azul verwandelte. Scoventa. 2014. 250 Seiten. ISBN 9783942073288. 19,99 €.

Springer Gabler springer-gabler.de

Spendensammeln per Telefon – ein Praxisleitfaden

Oliver Steiner
Telefon-Fundraising
Effektive Spendengewinnung und Spenderbetreuung in der Praxis
2013. 163 S. Geb.
* € (D) 39,99 | € (A) 41,11 | sFr 50,00
ISBN 978-3-8349-4098-8

Dieser Praxisleitfaden für den Einsatz des Telefons im Fundraising deckt alle relevanten Themenbereiche ab: Rechtsgrundlagen, Kommunikationsregeln, Gesprächstechnik, Scripting, Reklamationsbehandlung, Kampagnenformen, Personalmanagement und Technik.

Mit zahlreichen Musterdialogen – eine unentbehrliche Arbeitsgrundlage für die aktive Gewinnung und professionelle Betreuung von Spendern am Telefon.

€ (D) sind gebundene Ladenpreise in Deutschland und enthalten 7% MwSt; € (A) sind gebundene Ladenpreise in Österreich und enthalten 10% MwSt. sFr sind unverbindliche Preisempfehlungen. Preisänderungen und Irrtümer vorbehalten.

Jetzt bestellen: springer-gabler.de

Hinterrücks zum Erfolg?

Jay Conrad Levinson hatte bereits mit seinem Buch „Guerilla Marketing des 21. Jahrhunderts – Clever werben mit jedem Budget" die Bibel für diesen Bereich vorgelegt. Nun hat er sich mit dem Verhandlungscoach Donald Wayne Hendon zusammengetan und gemeinsam mit ihm ein umfangreiches Sammelsurium an Guerilla-Verhandlungstaktiken entwickelt. Als Grundkonstellation für das Buch sehen sie eine Verhandlungssituation, in der sich beide Verhandlungspartner gegenseitig über den Tisch ziehen wollen. Als Einstieg dazu wählen sie ein fingiertes Treffen zwischen Donald Trump und Mao Zedong: Machtgehabe, einerseits auf Politik, andererseits auf Geld basierend, und kulturelle Unterschiede prägen das jeweilige Verhalten. Vermutungen, die sich als falsch entpuppen, Selbstgefälligkeit und nicht antizipiertes Verhalten lassen den Deal schlussendlich platzen. Wer macht was falsch? Ein Ratespiel, durch das der Leser entspannt in die Komplexität von Verhandlungsführung eingewiesen wird und dessen Kern in einem einzigen Punkt zu finden zu sein scheint: Sei Deinem „Gegner" stets einen Schritt voraus!

Aus der Fülle der Tipps zu schöpfen, die die beiden Profis entwickelt haben, macht geradezu Spaß. Wenn es heißt, man solle „in kleinen Dingen denken", mag sich der Leser nicht unbedingt überrascht zeigen. Aber wussten Sie, dass Sie mit leerem Magen verhandeln und Verträge stets vormittags abschließen sollten?

Die Begeisterung der Autoren für ihr Metier spricht aus jedem Satz. So macht die Lektüre dieses Praxisratgebers tatsächlich Spaß. Und am Ende ist man überzeugt, jeden über den Tisch ziehen zu können, ohne dass es jemand merkt.

Rico Stehfest

Jay Conrad Levinson, Donald Wayne Hendon. Guerilla Deals. Die Psychologie des subtilen Verkaufens. orell füssli. 2014. 256 Seiten. ISBN 9783280055144. 29,90 €.

Ehrlicher Ratgeber

Wer in der Kirche ist, weiß, wie dringend Gemeinden auf freiwillige Kirchgelder angewiesen sind und wie wenig kreativ sie leider darum bitten. Die Broschüre ist von einem Praktiker geschrieben. Markus Dohm benennt praktische Stolpersteine beim Kirchgeldbrief und wie sie vermieden werden können, gibt nützliche Tipps von der Diskussion in der Gemeinde über die Konzeption und das Storytelling bis zum Versand der Spendenbriefe und dem Dank. Insgesamt ein sehr ehrlicher Ratgeber, der dazu anhält, Spenderinteressen ernst zu nehmen und diese sehr alte Fundraisingmethode mit neuem Leben zu füllen. Der Ratgeber ist mit seiner Übersichtlichkeit, Checklisten und vielen Beispielen dafür eine gute Hilfe.

Markus Dohm. Kirchgeld kreativ. Erfolgreiche Spendenbriefe in Gemeinden, Stiftungen und Fördervereinen. Evangelisches Medienzentrum. 2014. 8,00 €. bestellbar über Kerstin Sonnenberg, kerstin.sonnenberg@evlka.de.

Für Stiftungsgründer

Dieses Buch will niemanden davon überzeugen, eine Stiftung zu gründen, sondern bereits Entschlossenen einen Leitfaden und Orientierungshilfe für die Gründungsphase bieten. Denn Stiftung ist eben nicht gleich Stiftung. Auch hier gibt es unterschiedliche Rechtsformen. Die Autorin verweist sogar auf Alternativen. Besonders umfangreich sind die Teile zu Steuerrecht und einschlägigen Gesetzestexten gestaltet. Eine Adressliste mit allgemeinen Tipps ergänzt diesen wertvollen Ratgeber.

Hedda Hoffmann-Steudner. Die Gründung einer Stiftung. Ein Leitfaden für Stifter und Berater. Bundesverband Deutscher Stiftungen. 2014. 158 Seiten. ISBN 9783927645295. 49,90 €.

Innovationen in der Praxis

Problem erkannt, Problem gebannt. Ist das wirklich so einfach? Zumindest macht Not erfinderisch und häufig bietet sie auch Chancen. Das zeigt der Sammelband „Soziale Innovationen in Deutschland" mit einem bunten Strauß an erfolgreichen Projekten. Sei es zur Bildungsgerechtigkeit, zum Fachkräftemangel, zur Langzeitarbeitslosigkeit, zum Ressourcenverbrauch oder zur Bekämpfung von Zivilisationskrankheiten: Aus jedem dieser Bereiche haben die Herausgeber vom World Vision Center for Social Innovation einige Macher zusammengetrommelt, die ihre Erfahrungen aus erster Hand weitergeben.

25 Beiträge geben so einen kurzen Überblick über die Organisation und die Funktionsweise einer sozialen Innovation, gefolgt von einer kompakten Erklärung zur Umsetzung der Idee. Die Bandbreite der Ansätze könnte für Deutschland kaum facettenreicher sein. Sie reichen von Schülerstipendien über Integrationsprojekte für Blinde bis zu Recycling-Initiativen. Ermutigend: Die Vielfalt macht deutlich, dass es nie nur einen Weg gibt, um Herausforderungen zu meistern. Zusätzlich zeigt jedes der Projekte auf seine eigene Weise: Wo ein Wille ist, ist auch ein Weg!

Fazit: Wer selbst gerade an einem Social Business schraubt oder mit einer gemeinnützigen Organisation den Wandel sucht, der kann aus diesem Buch sicher die ein oder andere Inspiration und Lehre ziehen. Was die Herausgeber versprechen, das halten sie auch: Ein Band von Praktikern für Praktiker.

Paul Stadelhofer

Hartmut Kopf, Susan Müller, Dominik Rüede und Kathrin Lurtz. Soziale Innovationen in Deutschland. Von der Idee zur gesellschaftlichen Wirkung. Springer Fachmedien Wiesbaden. 2014. ISBN 9783658023478. 26,99 €.

Selber lesen oder verschenken

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 Ersterscheinungstag.

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

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 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 25,00 € (inkl. 7 % MwSt.) im Jahr. (EU-Ausland: 45,00 €, Schweiz: 56,00 CHF). 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

5/2014

Fragebogen: Sabine Volkert

Sabine Volkert ist Mitinitiatorin des Netzwerks für gemeinnützige Organisationen Rhein-Neckar hilft (www.rhein-neckar-hilft.de). Über sich selbst und ihren Werdegang gibt sie hier folgendermaßen Auskunft:

„Gezeugt auf einem Hochseefrachter zwischen Panama und Costa Rica. Aufgewachsen auf den Zubringern zum väterlichen Schiff. Alle Schulen der Republik kennengelernt und doch was Anständiges gelernt. Einen Titel hinterhergeschoben und die wesentlichste Erkenntnis von den Eltern mit auf den Weg bekommen: Der Kopf ist rund, damit das Denken die Richtung wechseln kann. Das Hafenwasser war mit Weltoffenheit getränkt und die Neugierde auf fremde Länder und aufregende Gebräuche groß. Nachhaltig die Erfahrungen auf großer Fahrt beim ersten Kontakt mit Hunger, Armut und Krankheit. Blinder Aktionismus folgte diesen Eindrücken. Hilfloser Helfer und doch irgendwie was bewirkt. Jahre später – das Engagement ließ nicht nach – zu Ohren bekommen, dass es sich hierbei um einen anständigen Beruf handelt: Fundraising. In der Folge wildes Verschlingen von Fachliteratur und eine Punktlandung in einer gemeinnützigen Institution. Erste Erfolge. Nun, wissend was zu tun war, die Erfahrungen in den Aufbau eines Kinderhospizes eingebracht. Danach einem großen Schlachtschiff der Wohlfahrt medial auf die Sprünge geholfen und noch ein Zertifikat („so wie sich das gehört“) erworben. All dies geschah in den vergangenen 45 Jahren und alles, was ich auf dem Weg dahin gelernt, gesehen und erlebt habe, war wie eine Ausbildung auf das, was ich heute mit großer Freude umsetze … Fundraising!“

1. Bitte ergänzen Sie folgenden Satz: Ein guter Tag beginnt …

… mit einer gut gelaunten Familie und zwei Tassen Kaffee.

2. Was wollten Sie als Kind werden?

Kapitän

3. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

Zeitfenster

4. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

In Europa: Die Energiewende – Global: Frieden in Nahost

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

Meinen Auslandsaufenthalt in Südamerika um ein Jahr verlängern und einen Kokosnuss-Stand in Same (Ecuador) eröffnen.

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

Abie Nathan (israelischer Friedensaktivist), weil er sich über alle Bedenkenträger hinwegsetzte und schlimmste Repressalien in Kauf nahm um sein Ziel zu erreichen. Menschen wie Abie sind meine Inspiration im Fundraising.

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

Ich würde vermutlich kein Wort herausbringen und falls doch, würde ich ihn fragen, ob er sich noch an die Zeit vor seinem Reichtum erinnert und wie sich dieses „Reichsein“ anfühlt. Ob sich Zufriedenheit einstellt, wenn man alle materiellen Wünsch erfüllen kann. Wenn wir auf einer Wellenlänge sind, würde ich um die private Mailadresse bitten und dann meine Netze auslegen …

mag das Meer

8. Wer ist für Sie ein Held?

Privat: Mein Mann. Er ist als Kind in einen Topf mit Philanthropie gefallen. Global: Alle Menschen, die sich für das Wohl anderer einsetzen und aktiv werden.

9. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

Auf Föhr. Genauer gesagt in der Ortschaft Nieblum und bitte einen Steinwurf vom Meer entfernt.

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

Ich grabe mich durch meinen Dachgarten, sammle Regenwürmer, animiere sie zur Fortpflanzung und akquiriere hungrige Marienkäfer für meine blattlausgeschädigten Pflanzen. Bei Sonnenschein mache ich zur allgemeinen Erheiterung Yoga.

11. Worüber können Sie lachen?

Ich verfüge über keinen fein ziselierten Humor. Ich lache über fast alles, über was man nicht weinen muss.

12. Welche Fehler entschuldigen Sie am ehesten?

Fachlich: Fehler, die im Prozess entstehen. Menschlich: Schusseligkeit und Vergesslichkeit.

13. Was war früher besser?

Auf jeden Fall das Autodesign.

14. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?

Besser nichts!

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

… ein wertvolles Gut, welches ich verantwortungsvoll seinem Zweck zuführen möchte.

Wollen auch Sie diesen Fragebogen ausfüllen?

Dann senden Sie ihre Antworten sowie ein Foto an *redaktion@fundraiser-magazin.de*! Mit der Einsendung stimmen Sie der Veröffentlichung im Print- und Online-Magazin zu. Die Redaktion muss sich aus Platzgründen eine Auswahl der Veröffentlichungen oder Kürzung von Leserzuschriften vorbehalten.

Nachwuchs-Personaler Fabian F. Fröhlich kann sich in Menschen einfühlen

Jeder, der mit Menschen arbeitet, weiß: Es ist nicht immer leicht. Diese Spezies ist – im Gegensatz zu, sagen wir mal, Bohrmaschinen – kompliziert. Meine Schwiegermutter ist Immobilienmaklerin und spricht von ihren Patienten, wenn sie nervige Kunden meint. Ich werde diese liebenswürdige Eigenart übernehmen.

Vorhin erst rief wieder eine Patientin an. Sie arbeitet für die PR-Agentur soundso und möchte nur schnell unsere Redaktionsdaten mit ihrem Adressbestand abgleichen. Mit Redaktionsdaten meint sie die Post- und Mailadresse. Über solche Anrufe freue ich mich immer ganz besonders, weil sie ungefähr zehn Mal täglich stattfinden und überhaupt nicht beim Arbeiten stören. Man könnte die Angaben auf unserer Website finden, wenn man sich die kleine Mühe machen würde. Okay, wird jetzt der eine oder andere sagen, so ein persönlicher Anruf von PR-Firma zu Redaktion ist doch auch eine Chance, das Thema zu platzieren. Hätte, wäre, würde… die Datenabgleichanruferinnen dürfen einzig nur ihre vorgegebenen Tabellen abtelefonieren, die wissen gar nichts von Themen und Inhalten. So was müssen doch nicht Menschen arbeiten, das könnten doch Computer! Dafür sollte Apple mal ein Tool erfinden – das wäre dann wieder innovativ. Und eine App zum Blockieren gleich dazu.

Blockieren ist ein gutes Stichwort. Im Sommer herrscht bei uns Medien ja „Saure-Gurken-Zeit". Weil nichts los ist, worüber man schreiben könnte, schreiben alle über irgendwas und schlimmerweise auch irgendwie. Der Zeitungsleser ist dann Auge in Auge mit dem Schwachsinn konfrontiert. Wenn ich zum Beispiel lese: „Es gibt Regionen auf der Erde, in denen der Mangel an Nahrung und Trinkwasser sowie fehlende Gesundheitsvorsorge die Lebensgeschichte der Menschen negativ beeinflusst." Da brauchst du keine Ice Bucket Challenge, damit es dir kalt den Rücken runterläuft! „Negativ beeinflusst" ist das neue „Verhungern, Verdursten, erschossen werden oder an Ebola krepieren". Die Psyche des Lesers könnte ja sonst zu Schaden kommen! Und das ist zwischenmenschlich gar nicht schön.

Generell nehmen Menschen viel mehr Rücksicht auf Smartphones, Computer und Co. als auf ihre Artgenossen. Meine Feldforschung bei uns im Verlag belegt diese These hundertprozentig. Der Kollege im Marketing hat an seiner Tür so ein Schild aus dem Hotel: „Bitte Zimmer aufräumen!". Das kann da baumeln bis zum Sankt-Nimmerleins-Tag. Keiner wird ihm die Bude in Ordnung bringen, obwohl es dringend nötig wäre. Und wenn er es rumdreht auf „Bitte nicht stören!", verstehen die meisten das als Einladung: Nur mal kurz, sorry, ist wirklich wichtig, ich brauch mal ganz schnell… Unsere IT-ler sind da cleverer. Sie haben an der Tür ein Schild mit der Aufschrift „CPU überlastet – bitte erst abkühlen lassen!". Da traut sich keiner rein. Die Chefin hat das aufgegriffen und an meine Bürotür „System laggt" drangeklebt. Auch eine Form der Mitarbeitermotivation!

Ausgabe 6/2014 erscheint am 21. November 2014 u. a. mit diesen Themen

- Digitales Fundraising – geht das?
- Spenden aus gutem Anlass
- Förderermagazine – wertig, informativ , verständlich

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

Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 6/2014, die am 21.11.2014 erscheint, ist der 13.10.2014.

ISSN 1867-0563 – 9. Jahrgang

Fundraiser magazin
Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen

erscheint 2-monatlich.
Alle vorherigen Ausgaben stehen im Internet unter *archiv.fundraiser-magazin.de* kostenlos als PDF-Dateien zur Verfügung.

Herausgeber:
Matthias Daberstiel, Udo Lehner, Daniela Münster

Verlag, Produktion, Vertrieb:
Fundraiser-Magazin GbR, Altlockwitz 19, 01257 Dresden, verlag@fundraiser-magazin.de, www.fundraiser-magazin.de

Redaktionsleitung:
Daniela Münster (v. i. S. d. P.)
redaktion@fundraiser-magazin.de
Telefon: +49 (0)3 51 8 76 27-70, Fax: -79

Schweiz-Korrespondent:
Jan Uekermann,
jan.uekermann@fundraiser-magazin.ch

Anzeigen-Werbung:
matthias.daberstiel@fundraiser-magazin.de (verantwortlich), Telefon: +49 (0)3 51 8 76 27-80, Fax: +49 (0)3 51 8 76 27-79
Es gilt Anzeigenpreisliste Nr. 7 vom 1.1.2014

Druck:
Silber Druck oHG, Niestetal

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 6/2014, die am 21.11.2014 erscheint, ist der 13.10.2014.

Fotonachweise:
Titelbild: Arthur Hidden@fotolia, S. 1: Ellen Klose (Hopp), S. 3: Udo Lehner, S. 7: Saimen@photocase, S. 10: oDHS/ek, S. 12: Claudia Höhne, S. 14/15, 18 & 20: olly@fotolia, S. 22: svluma-graphica@fotolia, S. 24/25: Parlamentsdirektion/ Bildagentur Zolles KG/Leo Hagen, S 27: obs/PEACE/Daniela Tiben, S. 28: Carsten Kraemer, S. 30: Thomas Strothjohann (oben & rechts), S. 32: Simon B. Opladen, S: 34: depositphotos.com, S. 36: Christian Altengarten (BfS Vorstand), Felix Rachor (Gersdorf), Thomas Linkel Photodesign (Dreyer), S. 37: Fred Dott (Hübner), Babett Leeners (Hoppe), Beatrix Kovats (Scherer), Andreas Schoelzel (Lüssen), Hadi Piri (Lang), S. 44: obs/NEUSTART gemeinnützige GmbH, S. 45: obs/Campact e.V., S. 50: michels@fotolia, S. 52 & 53: olly@fotolia, S. 56: Ruth Black@fotolia, S. 58 & 60: Gaj Rudolf@fotolia, 64: Paul Stadelhofer, S. 68: Thomas Stephan, S. 69: Steve Babuljak, S. 70: Alexander Raths, S. 71: Klaus Hoevener, S. 74: jonnygoldstein, S. 82: oza@fotolia, alle anderen PR / Archiv / privat

In Zusammenarbeit mit der fundraising akademie

vanacken
Fundraising

Spielen Sie mit Ihren Spendern?

Wir nicht!
Spenden sammeln mit System

Unsere Bausteine sind individuell kombinierbar

Wir richten uns ganz nach Ihnen: Unsere Leistungen können Sie nach dem Baukastenprinzip in Anspruch nehmen.

Von der reinen Entwicklung eines Mailings bis zur Rundum-Betreuung inklusive Marktforschung, Konzeption, Adressauswahl, Layout, Produktion, Postauflieferung, Erfolgskontrolle und telefonischer Nachbetreuung.

Strategie
Marktforschung
Konzeptentwicklung
Kampagnenentwicklung
Kreation
Adressauswahl
Erfolgskontrolle

Projekt-management
Beratung
Koordination
Terminplanung
Etatüberwachung
Telefonschulung

Produktion
Datenerstellung
Druck
Personalisierung
Lettershop
Postversand
Fulfillment

Print- und Außenwerbung
Anzeigen
Großflächen
Citylights
Öffentlichkeitsarbeit

Direkt-kommunikation
Mailings
Beilagen
Telefonische Spenderbedankung/ Spenderbindung/ Spenderbetreuung

Marke
Markenbildung
Markenführung
Markenstrategie
Corporate Identity
Corporate Design

Internet
Online-Marketing
Social Media
Mobile Marketing
Website-Optimierung
Suchmaschinen-Optimierung

van Acken
Magdeburger Straße 5, 47800 Krefeld
Telefon: 02151 / 44 00-0, Telefax: 02151 / 44 00-55
info@van-acken.de, www.van-acken.de

vanacken
Fundraising

Stellen Sie die Zukunft auf sichere Füße.
Erbschaftsmarketing mit adfinitas.

Mehr erfahren!

adfinitas
RELATIONSHIP FUNDRAISING

adfinitas GmbH • Landschaftstraße 2 • 30159 Hannover • www.adfinitas.de • info@adfinitas.de • Tel: +49(0) 511 52 48 73-0 • Fax: +49(0) 511 52 48 73-20