ISSN
1867-0563

Fundraiser
Ausgabe 1/2015

Fundraiser magazin

Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen

Crowdfunding:

Einfach Füße hochlegen und auf Geld warten?

Aktuell

Einkaufen für den guten Zweck

Soziale Kaufportale im Überblick: Wer bietet was und wer kann es nutzen?

Praxis & Erfahrung

Umsonst gepostet

Facebook reduziert die Sichtbarkeit von Fan-Seiten, NGOs suchen Alternativen

Menschen
Ben Rattray, Dr. Harald Katzmair und Dr. Joana Breidenbach 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?

FUNDRAISE**ANALYSER**

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,

das Jahr ist ja verhältnismäßig jung, es ist noch nicht zu spät für Neujahrswünsche: Ihnen allen ein gesundes, erfolgreiches, kreatives, spannendes, inspiriertes Jahr 2015 mit interessanten Begegnungen und guten Gesprächen! *

Heute, wenn ich diesen Text schreibe, sind wir alle erschüttert von dem Attentat auf die Redaktion des Satiremagazins „Charlie Hebdo“ gestern in Paris. Ein Angriff auf die Presse- und Meinungsfreiheit – so sehen wir Journalisten das. Unser Mitgefühl gilt den Angehörigen der Opfer. Unser Entsetzen, unsere Wut, unsere Fassungslosigkeit über die Brutalität des Anschlags … dafür lassen sich schwer Worte finden. Nun wird diskutiert: Wie weit darf Meinungsfreiheit gehen? Soll man als Publizist Kompromisse eingehen, um eventuellen Befindlichkeiten – religiösen, ethischen, lokalpolitischen oder welchen auch immer – gerecht zu werden? Die „Charlie Hebdo“-Redaktion hat sich nie um Political Correctness geschert.

Ich wünsche mir für das neue Jahr, dass Journalisten nicht mehr der Selbstzensur verfallen und dass Pressesprecher oder PR-Agenturen dies nicht länger für ganz selbstverständlich halten. Ich wünsche mir weniger induzierte Berichterstattung und weniger Homogenisierung aus falschverstandener Chancengleichheit. Dafür mehr echte Investigation.

Ich wünsche mir, dass der unsägliche Vorwurf „Lügenpresse“, welcher dieser Tage in Dresden oft zu hören ist, keinen Nährboden mehr findet. Weil wir Redakteure alle sauber und vorbehaltlos recherchieren und gegenrecherchieren, objektiv bleiben, die Dinge beim Namen nennen. Weil wir uns – getreu der Journalisten-Legende Hajo Friedrichs – mit keiner Sache gemein machen, auch nicht mit der Guten.

Das ist für alle Seiten unbequem, aber nachhaltig. Und das hilft uns allen.

Ihre

Daniela Münster
Chefredakteurin

* Wenn Sie dies alles gleich praktisch erfahren möchten, dann besuchen Sie am besten einen unserer Fundraisingtage: am 5. Februar in Gelsenkirchen, am 12. März in München und im Herbst dann wieder in Potsdam und Dresden. Wir freuen uns auf Sie.

direct punkt
Agentur & Lettershop

Fundraising ist Vertrauenssache

Sprechen Sie mit den Trägern des Deutschen Fundraisingpreises 2013!

Frank Mittelstedt
Tel. 040/2378 60-0
service@directpunkt.de

Eberhard Renn
Tel. 0 81 93/93 71 910
renn@directpunkt.de

www.directpunkt.de

Menschen

10 **Ben Rattray**
Der Gründer der Petitions-Plattform change.org erklärt, was sein Geschäftsmodell ist und wie erfolgreiche Petitionen funktionieren. Außerdem verrät er, wie die Idee zu change.org entstand.

46 **Dr. Harald Katzmair**
Der Netzwerkforscher und Präsident des österreichischen Stiftungsbundes erläutert die Ziele und Hintergründe des neu gegründeten Netzwerks gemeinnütziger Stiftungen.

80 **Dr. Joana Breidenbach**
Die Gründerin der Internetplattform betterplace.org und studierte Kulturanthropologin füllte unseren Fragebogen aus. Würde sie Edward Snowden einen Orden verleihen? Lesen Sie selbst.

Autoren dieser Ausgabe

Matthias Daberstiel | Dr. Christoph Degen | Wiebke Doktor
Kai Fischer | Wolfgang Gumpelmaier | Mag. Marietta Hainzer
Teena Ihmels | Eelco Keij | Jens Kesseler | Dr. Martina Klein
Daniela Münster | Peter Neitzsch | Ute Nitzsche
Anja Raubinger | Paul Stadelhofer | Rico Stehfest
Dr. Sandra Stötzer | Catrin Thiem | Jan Ueckermann
Karsten Wenzlaff | Berenike Wiener

Thema

14 **Mit der Masse zum Erfolg**
Warum Crowdfunding immer beliebter wird

16 **Interesse groß – Nutzung gering**
Spendenorganisationen schwimmen (noch) nicht mit dem Schwarm

18 **Auch der Fiskus hält die Hand auf**
Steuerrechtliche Betrachtung des Crowdfundings bei gemeinnützigen Körperschaften

20 **Kleines Land, große Ideen**
Crowdfunding in Österreich: Zwischen Finanzmarktaufsicht und kreativer Szene

22 **Crowdfunding ist wie Urlaub**
Fünf Fehler, die eine Kampagne platzen lassen

Aktuell

24 **Bei Onlinekauf Spende!**
Ein Überblick über Einkaufsplattformen für den guten Zweck

Projekte

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

30 **Fiesta Sevillana!**
Demipati.org bietet vollen Service für Anlass-Spenden

32 **Medienhype = Spendenhype?**
Nazis sammeln mit einem unfreiwilligen Spendenlauf Geld gegen sich selbst

34 **Schlaraffenland für Gemeinnützige**
ConnectingHelp – Deutschlands größter Spendenmarktplatz ist eröffnet

Rubriken

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

Praxis & Erfahrung

50 Acht Euro fünfzig für alle – oder?
Worauf gemeinnützige Organisationen beim neuen Mindestlohn achten müssen

52 Spendenerfolge nach Plan
Jahresplanung im Fundraising ist mehr als eine reine Budgetfrage

54 Das Wir-Gefühl in Dortmund
Wie eine Spenden-Kampagne Kreise ziehen kann

56 Neue Medien?
Warum Journalismus gemeinnützig sein sollte

58 Wer nicht zahlt, ist nicht drin!
Facebook reduziert die Sichtbarkeit von Fan-Seiten

Stiftung

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

70 Geduld und Augenhöhe
Strategien zu Fördermitteln von US-Stiftungen

72 Zwischen Konstanz und Risiko
Verantwortungsvolle Vermögensverwaltung durch Stiftungen

74 Mehr als ein Mythos
Impact Investing im deutschen Stiftungswesen

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

„Wanna have love?!" – Die beiden Fotografen Insa Hagemann und Stefan Finger haben mit ihrer auf den Philippinen entstandenen Fotoreihe den Wettbewerb „UNICEF Foto des Jahres 2014" für sich gewinnen können. Das Besondere an unserem Beispielfoto: Es wirkt auf den ersten Blick völlig harmlos. Eine Szene spielender Kinder. Doch das Kind im Hintergrund ist anders als die anderen. Hellere Haut, blonde Haare. Sein Vater ein Europäer? Oder Amerikaner? Das Kind selbst wird es wohl nie erfahren. Und die Mütter dieser Kinder müssen mit dem Stigma vermeintlicher Prostituierter leben, obwohl sie in vielen Fällen unfreiwillig die Rolle der Alleinerziehenden einnehmen. Es ist nämlich nicht immer nur Sextourismus, der vor Ort zu sozialer Ausgrenzung einzelner Bevölkerungsteile führen kann.

► *www.unicef.de*

Sagen Sie uns Ihre Meinung!

Ehrlichkeit zahlt sich aus. Und wird belohnt – zumindest von uns. Schreiben Sie uns, was Ihnen am Fundraiser-Magazin gefällt, worüber Sie gern in Zukunft etwas lesen möchten oder was Ihnen gänzlich gegen den Strich geht! Teilen Sie aus, wir stecken ein! Zur Belohnung verlosen wir eins der von uns auf den Seiten 76 bis 79 vorgestellten Bücher. Schreiben Sie einfach mit Betreff „Blattkritik" an *gewinnen@fundraiser-magazin.de*! Wenn Sie uns dann auch noch Ihre Anschrift, an die wir das Buch im Gewinnfall schicken können, und den gewünschten Buchtitel mitteilen, kann nichts mehr schiefgehen. Einsendeschluss ist der 20. März 2015. Die Bücher werden unter allen Einsendern ausgelost. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Förder-Wildwuchs in Deutschland

Erstmals gibt es empirische Daten zu Anzahl, Profil, Ausstattung und Wirkung von Engagement unterstützenden Einrichtungen in Deutschland. Das sind beispielsweise Freiwilligenagenturen, Bürgerstiftungen, Seniorenbüros und Ähnliches. Die aktuellen Zahlen offenbaren, dass die Engagement fördernden Einrichtungen zum einen nicht in ausreichendem Maß zusammenarbeiten und zum anderen, dass Kooperationen mit Unternehmen oder der Verwaltung kaum etabliert sind. Bundesweit gibt es rund 3 400 solcher Einrichtungen – in großer Vielfalt und regional unterschiedlich verteilt. Laut der Studie ist kein Modell „Best Practice". Brisant: Es wird bewiesen, dass sich die Anzahl der Engagement unterstützenden Einrichtungen nicht auf die Engagementquote der Bevölkerung auswirkt!

Die große Mehrheit der Einrichtungen klagt zudem über finanzielle und personelle Engpässe. Fördergelder stehen im Fokus, Unternehmenszuwendungen spielen ebenso wie Stiftungsgelder eine vergleichsweise geringe Rolle.

Der aktuell erschienene Generali Engagementatlas 2015 liefert diese Erkenntnisse. Die Studie diagnostiziert „Wildwuchs" in der Engagement-Förderung und zeigt Wege daraus auf. „Besonders wichtig ist aus unserer Sicht der Hinweis darauf, dass die vorherrschende, auf einzelne Einrichtungstypen bezogene Projektförderung beendet werden sollte", sagt Loring Sittler, Leiter des Generali Zukunftsfonds. „Wir finden, es ist an der Zeit, den einzelnen Kommunen und Regionen Mittel zur Verfügung zu stellen, damit sie vor Ort mit allen Akteuren nachhaltige Engagementstrategien und eine wirksame Engagementstruktur mit gemeinsam festgelegten Prioritäten und Aufgaben aufbauen können."

Die komplette Studie steht bei Generali zum freien Download zur Verfügung.

► *www.generali-zukunftsfonds.de*

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

Lebensretter gesucht!

Für den seit 1995 verliehenen Hans-Dietrich-Genscher-Preis sucht die Johanniter-Unfall-Hilfe Menschen, die sich als Lebensretter verdient gemacht haben. Menschen, die mutig und engagiert bei einem Unfall oder einer plötzlichen Erkrankung eingriffen und als Ersthelfer anderen eine Überlebenschance ermöglichten. Aufgerufen sind alle, diese mutigen Menschen zu nominieren. Vorschläge können bis zum 31. März 2015 online bei den Johannitern eingereicht werden.

▶ *www.genscherpreis.de*

Deutsche pro Asylbewerber

Eine aktuelle Studie des Instituts für Demoskopie Allensbach kommt zu dem Ergebnis, dass sich 66 Prozent der Bevölkerung in Deutschland vorstellen können, Asylbewerber persönlich zu unterstützen, unter anderem durch Sachspenden oder ehrenamtliche Hilfe. Zudem geht gut ein Drittel der Bevölkerung (34 %) davon aus, dass Deutschland von der Arbeitskraft von Asylbewerbern profitieren könne. Allerdings haben nur 5 Prozent der Bürger in Deutschland engen privaten Kontakt zu Asylbewerbern, 42 Prozent fänden es spannend, Asylsuchende näher kennenzulernen.

▶ *www.bosch-stiftung.de/befragung_asyl*

Social Business Women

Der Verein Social Business Women hat einen neuen Standort in Offenbach eröffnet. Social Business Women bietet Frauen Unterstützung beim Einstieg oder der Rückkehr ins Berufsleben sowie beim Schritt in die Selbstständigkeit. Neben Beratung und Coaching besteht die Möglichkeit einer Gründungsfinanzierung über einen Mikrokredit von bis zu 10 000 Euro. Der Verein hat sich zum Ziel gesetzt, jährlich 700 bis 1000 Frauen konkret bei einer Existenzgründung oder einer passenden Anstellung zu unterstützen – mit Beratung von Frauen für Frauen.

▶ *www.social-business-women.com*

Schweizer spenden mehr

Gemäß der Stiftung Zewo haben die Schweizer im Jahr 2013 etwa 1,7 Milliarden Franken gespendet. Das bedeutet im Vergleich zum Vorjahr einen Anstieg von gut 3 Prozent. Damit stieg die Spendensumme zum siebten Mal in Folge. Der Anteil der Online-Spenden fällt dabei auffällig gering aus. Weniger als ein halbes Prozent der Spendengelder floss durch digitale Kanäle. Im Rahmen der Erhebung wurden insgesamt 440 Organisationen mit Zewo-Gütesiegel befragt.

▶ *www.zewo.ch*

Direct Mail Panel goes Germany

Das Schweizer Direct Mail Benchmarking Programm „Direct Mail Panel" wird noch in diesem Frühjahr auch für deutsche Fundraiser zur Verfügung stehen. Das Programm dient dazu, die Effektivität der eigenen Kampagne zu beurteilen und sie ins Verhältnis zu Durchschnittswerten vergleichbarer Kampagnen anderer Organisationen zu setzen. Der Deutsche Fundraisingverband bietet das Programm dank einer Partnerschaft mit der Deutschen Post zu einem günstigen Preis. Der Fundraisingverband Austria hat bereits angekündigt, das Programm in Zukunft ebenfalls anbieten zu wollen.

▶ *www.fundraisingverband.de*

Gute Ideen sind unbezahlbar. Und manchmal aber doch in Zahlen darstellbar: 1131 ist es in diesem Fall. Genau so viele Euro erzielte die Versteigerung eines Smart, der zuvor für sieben Jahre im Wilhelmshavener Becken auf unfreiwilligem Tauchgang war. Das gestohlene Fahrzeug wurde bei Reinigungsarbeiten von Tauchern entdeckt und ein findiger Sammler stellte das komplett mit Muscheln bewachsene Sondermodell bei eBay ein. Eigentlich nur aus Spaß, da er selbst keine Zeit für die Restaurierung hat. Den Wilhelmshavener Tafel e.V. freut es. Ihm kam nämlich der Erlös zugute. Bleibt offen, was der neue Eigentümer mit dem ehemaligen Gefährt anfangen wird. Ein Hingucker für den Vorgarten ist es allemal.

▶ *www.tafel-whv.de*

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

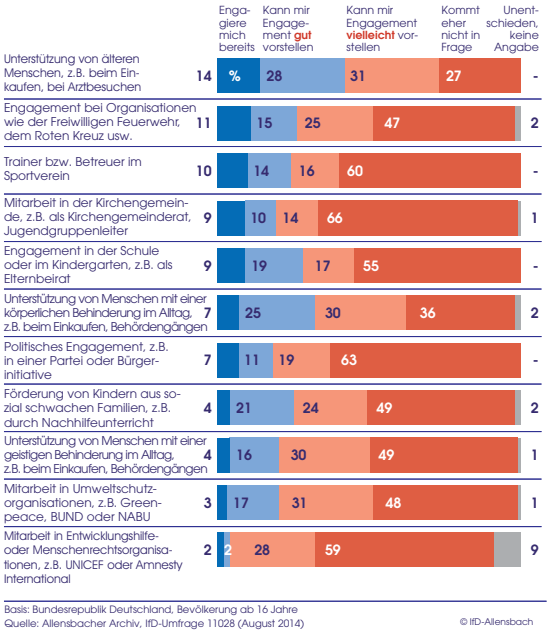
SPENDENSTEIN

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.

Ehrenamtliches Engagement

Frage: „Auf diesen Karten stehen verschiedene Möglichkeiten, wie man sich ehrenamtlich engagieren kann. Bitte verteilen Sie die Karten auf das Blatt hier, je nachdem, ob Sie sich dort bereits ehrenamtlich engagieren oder ob Sie sich ein Engagement gut vorstellen können, ob Sie sich ein Engagement vielleicht vorstellen können oder ob für Sie dort kein ehrenamtliches Engagement in Frage kommt." (Kartenspiel- und Bildblattvorlage)



Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre
Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 11028 (August 2014)

© IfD-Allensbach

Gegen Gewalt in Serie – In Deutschland werden jährlich etwa 8.000 Fälle von Vergewaltigung zur Anzeige gebracht. Vorsichtige Schätzungen gehen allerdings von einer Dunkelziffer aus, die sich auf gut 160 000 Fälle beläuft. Der Frauennotruf München bietet seit 1992 Unterstützung für Mädchen und Frauen, die sexuelle Übergriffe erlebt haben. Neben telefonischer wird auch persönliche Hilfe angeboten. Die von der Werbeagentur „brand.david" entwickelte Plakatkampagne mit drastischen Blut-Motiven will sowohl für das Problem meist häuslicher Gewalt sensibilisieren als auch auf die Angebote des Frauennotrufs München aufmerksam machen.

▶ *www.frauennotrufmuenchen.de*

Advertorial

Geben Sie inaktive Förderer nicht so schnell verloren!

Es kann viele Gründe geben, warum man plötzlich die Aufmerksamkeit eines eigentlich überzeugten Förderers verliert. Ein Missverständnis, eine unbeantwortete Frage, manchmal auch nur eine neue Adresse oder der Fokus auf eine präsentere Organisation. Natürlich gibt es aber auch jene, die sich ganz bewusst gegen ein weiteres Spenden-Engagement entscheiden. Doch wie lässt sich das Verhalten von Spendern richtig deuten?

Fakt ist: Viele Non-Profit-Organisationen geben eine mühsam aufgebaute Partnerschaft allzu schnell verloren. Das ist nicht nur tragisch, weil Investitionen in die Gewinnung von Spendern nicht refinanziert werden: Tests haben ergeben, dass der Gesprächsfaden häufig völlig unnötig reißt. In vielen Fällen reicht schon ein wenig Eigeninitiative, um dem Spenderverhalten auf den Grund zu gehen und die Zusammenarbeit wiederherzustellen. Der Fundraising-Dienstleister marketwing aus Garbsen unterstützt Non Profit-Organisationen aus ganz Deutschland schon seit vielen Jahren bei der persönlichen Kontaktaufnahme mit Förderern. Die Rückgewinnung verloren geglaubter Spender und Mitglieder gelingt sogar so gut, dass sich entstehende Kosten innerhalb von nur einem Jahr refinanzieren. Vor allem am Telefon lassen sich Missverständnisse und Fragen schnell klären. Und allein die Tatsache, dass sich die Organisation Zeit nimmt und Interesse an den Beweggründen seiner Spender zeigt, kann manchmal Wunder bewirken.

Eine Voraussetzung für den Erfolg sogenannter Winback-Aktionen ist eine sensible Gesprächsführung durch gut geschultes, kompetentes Personal, das sich am Telefon viel Zeit nimmt und niemals überredet – sondern zu überzeugen versteht. Ein möglicher Mehraufwand, zum Beispiel durch längere Gespräche, hat übrigens keinen Einfluss auf den Preis: Der steht nämlich vorher fest, weil der Aufwand aufgrund jahrelanger Agenturerfahrung im Vorfeld genau kalkuliert werden kann. Für die NPO rechnen sich Win-Back-Aktionen also in jedem Fall.

Wichtig ist es auch, Argumente von Spendern zu analysieren, die sich gegen die Fortsetzung ihres Engagements entscheiden. So lässt sich einiges lernen! Am Ende zählt immer der Eindruck eines positiven Gesprächs. Dank des täglichen Reportings können Aktionen jederzeit angepasst oder abgebrochen werden. Eine kostenlose Rufnummernbereinigung ist ebenfalls inklusive.

Mehr Infos: ***winback@marketwing.de***

Mehr als ein
Domainname.

Die Online-Community
nur für echte NGOs.

ngo | ong

.ngo
Endlich.

Mehr Informationen auf globalngo.org

„Wir können Menschen bemächtigen, jeden Tag Veränderungen zu schaffen“

Ben Rattray ist Geschäftsführer und Gründer der Petitions-Plattform change.org. Das Unternehmen unterhält Niederlassungen in 18 Ländern weltweit, die Plattform zählt jeden Monat nahezu 20 000 neue Petitionen. Im Interview mit Paul Stadelhofer erklärt Rattray, wie er die Plattform gründete, was das Geschäftsmodell ist und wie erfolgreiche Petitionen funktionieren.

? Wann kamen Sie auf die Idee zu change.org? Wie haben Sie das Projekt gestartet?

Das war in Washington, D.C., direkt nachdem ich mein Studium abgeschlossen hatte. Ich habe aus direkter Erfahrung miterleben müssen, dass es für den normalen Bürger unmöglich ist, im Rahmen seiner eigenen Politik eine Stimme zu haben. Als Reaktion darauf wollte ich mich an einer juristischen Fakultät einschreiben, um mit einer Menge „jungem amerikanischem Idealismus“ Anwalt des öffentlichen Rechts zu werden. Ich wollte mit dem, was ich tue, Veränderungen herbeiführen.

Es endete damit, dass ich eine E-Mail-Adresse bekam, sodass ich Zugang zu Facebook erhielt. Ich sah sofort, wie diese Technologie Menschen miteinander vernetzte. Mich begeisterten diese technologischen Möglichkeiten, aktiv politische Barrieren einzureißen, zusammenzukommen und damit etwas zu erreichen, das vorher einfach nicht möglich war.

? Wie begannen Sie dann mit change.org?

Ich ging zurück ins Silicon Valley und fragte alle meine Freunde nach einem technischen Mitbegründer, den sie mir empfehlen würden. Jeder nannte denselben: Mark Dimas. Ich traf ihn dann 2005 am Strand bei einer Hochzeit von Freunden. Er war zu Anfang dagegen, aber ich ließ nicht locker, bis er schließlich eingewilligt hat. Wir gründeten die Organisation gemeinsam. Ich zog 2006 direkt zurück ins Silicon Valley und wir starteten change.org.

? Wie lief das die ersten Jahre?

Die ersten beiden Jahre waren ein Desaster. Im dritten und vierten Jahr hatten wir erste Erfolge. Tatsächlich hatten wir nur eine Million User nach dem vierten Jahr. Als wir aber 2010 das Geschäftsmodell überholt und hin zu selbsterstellbaren Petitionen verändert hatten, begannen wir ziemlich schnell zu wachsen. Schon 2013 erreichten wir 35 Millionen Benutzer und liegen heute bei 80 Millionen Usern weltweit.

? Welches Geschäftsmodell verfolgten Sie damals?

Wir hatten zwei unterschiedliche Modelle. Zuerst dachten wir, wir könnten direkt online Gelder sammeln. Wir haben die Leute gebeten, die Möglichkeit eigener Fundraising-Kampagnen zu nutzen, zu bloggen oder sich selbst als Freiwillige zu organisieren. Dann kamen wir auf den Gedanken, dass viele NGOs gern Zugang zu Menschen hätten, die selbst die Chance ergreifen würden, ihre eigenen Kampagnen zu starten. Das war der Anfang.

? Wie machen Sie heute mit der Plattform Geld?

Wir gingen einfach auf Organisationen wie Oxfam, WWF oder UNHCR zu, und diese zahlen einen Betrag, damit ihre Petitionen auf unserer Plattform unterstützt werden. Diese Petitionen werden Usern zugänglich gemacht, die sich für die jeweilige Sache interessieren. Wenn man dann die Option anklickt „Ja, ich möchte mehr über diese NGO erfahren“, kann die Organisation den Interessenten kontaktieren. Die NGO zahlt uns dann einen Betrag für die Unterstützung ihrer Kampagne und für potenzielle Unterstützer.

? Betrachten Sie die Anzahl von etwa 20 000 Petitionen pro Monat inzwischen als Erfolg?

Wir sehen Fortschritte Wir können Menschen bemächtigen, jeden Tag Veränderungen zu schaffen. Und wir sehen immense Möglichkeiten, den Einfluss, den die engagierten User bereits ausüben, deutlich auszubauen.

? Nehmen Sie bereits Veränderungen in einzelnen Ländern wahr?

Tatsächlich interessant sind die Ähnlichkeiten zwischen unterschiedlichen Ländern. Entsprechend unserem Modell heuerten wir 2012 Leute in 18 Ländern an. Wir sahen dann, dass die Menschen weltweit in der gleichen Weise, wie in den USA zusammenkamen, um sich zu mobilisieren und Veränderungen zu erreichen.

Die Belange unterscheiden sich leicht von Land zu Land. Jedes Land hat Kampagnen für den Umwelt- und Tierschutz oder gegen Armut. In Deutschland engagieren sich die User speziell für Frauenrechte und die Reduzierung von Verpackungen. Die umfangreichste Bewegung beschäftigt sich aber… ▶

... mit Korruption. Das ist das größte Thema in Brasilien, Indien, Indonesien und auf den Philippinen. In den nördlichen Ländern nicht so sehr.

? Wo haben Sie die meisten User?

Wir haben etwa 30 Millionen User in den USA, etwa 30 Millionen in Europa und ungefähr 20 Millionen im Rest der Welt. Diese Zahlen wachsen schnell. Die Mehrheit der User wird außerhalb der westlichen Länder zu finden sein, dort werden es stetig mehr.

? Was meinen Sie, wie das kommt?

Wegen der höheren Bevölkerungszahlen. Zudem entwickeln wir uns in der Verbreitung ähnlich wie Facebook und Twitter. Bei ihnen begann es in den USA und Europa, und die höheren Zahlen haben sie in den anderen Ländern erreicht.

? Was hat sich hinsichtlich der Petitionen in den letzten Jahren bei change.org verändert?

Mittlerweile sehen wir eine enorme Bandbreite an Themen auf unserer Seite. Praktisch alles, was in der Gesellschaft geschieht, wird auf change.org reflektiert. Die deutlichste Verschiebung findet sich wohl darin, dass die User ihre Petitionen jetzt auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene betreiben. Die nehmen ihre Lokalpolitiker in die Verantwortung oder schließen sich anderen Petitionsführern an, um weltweit Einfluss auf Entscheidungsträger auszuüben.

? Können Sie ein, zwei Beispiele für erfolgreiche Kampagnen nennen?

Es gibt eine Chemikalie, die sich BVO nennt. Das ist bromiertes Pflanzenöl, das in Europa verboten ist, bislang aber in den USA erlaubt war. Die Softdrink-Industrie hat sich in den USA sogar aktiv dafür eingesetzt, dass die Bundesbehörde zur Überwachung von Nahrungs- und Arzneimitteln diesen Giftstoff gar nicht erst untersucht. Es war ein 15-jähriges Mädchen, das beschloss, eine Petition zu starten, um eine richtig große Marke, nämlich Gatorade, dazu zu bringen, die Chemikalie aus ihren Getränken zu verbannen. Die Kampagne erhielt 115 000 Unterstützer, sie war in unterschiedlichen Medien, unter anderem in der New York Times, und nach ein paar Wochen hat der Konzern tatsächlich beschlossen, BVO nicht mehr in seinen Getränken zu verwenden.

Als Reaktion darauf starteten viele andere junge User ähnliche Kampagnen gegen Powerade, Fanta, Coca Cola und Pepsi, um sie dazu zu bewegen, BVO nicht mehr in ihren Getränken zu verwenden. Nach einem Monat aktiven Campagnings und hunderttausenden weiterer Unterstützer nahmen die Konzerne das Pflanzenöl komplett aus den Inhaltsstoffen.

Das Interessante daran ist, was ein Politiker zu mir sagte: „Wir haben dafür seit mehr als zehn Jahren gekämpft, und es braucht nur ein 15-jähriges Mädchen, um die Sache mit einer Petition innerhalb eines Monats zu klären." Bemerkenswert ist dabei, dass die Initiative auf nationalem Niveau gekämpft hatte. Nicht der nationale, sondern der lokale Zugriff hat zusehends stärkere Auswirkungen.

? Haben Sie die jungen Leute unterstützt?

Wir unterstützen die User nicht direkt. 95 Prozent derer, die eine Petition starten, hören nichts von uns. Kampagnen werden gestartet, und wenn sie eine gewisse Dynamik entwickeln und etwa auch in den Medien landen, oder wenn ein User einen besonderen persönlichen Hintergrund hat, entscheiden wir in einem redaktionellen Prozess, welche Kampagne wir weiter fördern. Wir nehmen dann Kontakt zu dem jeweiligen User auf, um sicherzustellen, dass er oder sie den umfassenden Service erhält, den wir anbieten. Wir treten aber nicht für eine Kampagne ein.

? Überprüfen Sie die Kampagnen, die gestartet werden?

Wenn jemand eine virale Kampagne betreibt, die wirklich zieht, dann fragen wir, ob Hilfe benötigt wird. Wir spielen also eine Rolle als Ratgeber und Unterstützer, aber nicht als Werbetreibende. Change.org ist eine offene und neutrale Plattform, wo jeder eine Petition starten kann. Unsere AGBs verbieten jede Form von Diskriminierung.

? Worauf kommt es bei einer erfolgreichen Kampagne an?

Sie müssen so exakt wie möglich sein und eine Chance sehen, die Kampagne zu gewinnen. Die Wahl Ihres Kampagnengegenstandes ist enorm wichtig. Die zweite Sache ist die Wahl Ihres „Angriffsziels" und des Entscheidungsträgers. Das ist nicht zwangsläufig ein Regierungsmitglied, sondern eben mitunter ein lokaler Vertreter, nicht unbedingt die Industrie im Allgemeinen, sondern ein konkretes Unternehmen. Es geht ganz klar darum, ein deutlich umrissenes Ziel zu finden, das erreichbar ist. Finden Sie eine wirksame Geschichte, warum Ihnen die Sache am Herzen liegt. All diese Dinge haben wir als die effektivsten erlebt.

? Keine Testimonials?

Es ist eher die individuelle Geschichte des Users, die in den meisten Fällen am stärksten wirkt. Die Menschen finden den Zugang nicht über abstrakte Beschreibungen, Zahlen oder Grundsätze. Wenn Sie in der Lage sind, eine Geschichte zu erzählen, die das Leben der Menschen betrifft, dann ziehen sie damit auch Unterstützer an. Es geht weniger darum, was wir wollen, sondern darum, worauf die Menschen reagieren.

? Wenn unsere Leser eine Petition starten wollen, wie sollten sie dann eine solche Geschichte schreiben, um so viel Unterstützung wie möglich zu erhalten?

Eins der größten Missverständnisse ist, dass der Kampagnen-Gegenstand riesig sein und eine Unmenge an Leute ansprechen muss. Wir sehen eher das Gegenteil. Sie müssen konkret sein und ein erreichbares Ziel haben. Das macht die ganze Sache einnehmender und interessanter.

Wenn Sie als Organisation eine Petition starten wollen, dann haben Sie zwei Möglichkeiten. Entweder Sie gehen die Sache organisch an, indem Sie ein ganz klares Ziel ansteuern. Oder Sie gehen den Weg einer bezahlten Kampagne, die dann auch allgemein sein kann. Auf alle Fälle ist es wichtig, dass Sie Kontaktinformationen zur Verfügung stellen, damit Ihnen Interessenten auch weiter folgen können.

Eingefroren?
Wir tauen
Ihre Spender
wieder auf.

Haben Sie länger nichts von Ihren „alten“ Spendern gehört? Wir helfen Ihnen bei der Reaktivierung. Als erfahrener Spezialist für Telefon-Fundraising, unterstützen wir Sie dabei, mit Ihren Spendern und Förderern in wertvollem Kontakt zu bleiben. Durch das persönliche Gespräch schaffen wir eine direkte und dauerhafte (Ver-)Bindung. Sprechen Sie uns gern an.

TeleDialog
Telefon-Fundraising

www.teledialog.com

© MediaVista 2014, Foto: Johannes Netzer@fotolia.com

Mit der Masse zum Erfolg

Warum Crowdfunding immer beliebter wird

Crowdfunding ist einer der wichtigsten Innovationstreiber in Deutschland – natürlich auch, weil damit spannende neue kreative Projekte, Start-ups und Unternehmen finanziert werden. Aber vielmehr noch führt es zu einem Umdenken bei Projektemachern, Gründern, staatlichen Institutionen und bei ehrenamtlich geführten Vereinen.

Von KARSTEN WENZLAFF

Crowdfunding wird genutzt als Mobilisierungstool, bevor ein Projekt umgesetzt wird – das sorgt für ein komplettes Umdenken. Künstler müssen ihr Marketing konzipieren, bevor sie in den kreativen Prozess eintreten, Start-ups müssen das Produkt beschreiben und zeigen, bevor es überhaupt entwickelt wurde. Die Kunst des Crowdfundings besteht darin, die Crowd mitzunehmen auf eine Reise in eine faszinierende Zukunft, nicht einfach, um um Geld zu betteln oder Bedürftigkeit klarzumachen.

Gerade bei Organisationen mit klassischem Fundraising-Modell weckt Crowdfunding aber auch Ängste. Immer wieder erlebt man gerade in karitativen Einrichtungen, dass der Gang zu Fördervereinen, Großspendern oder Unternehmenssponsoren leichter fällt, als sich auf das Experiment Crowdfunding einzulassen. Nichts anderes aber ist Crowdfunding: das Verbessern der Welt mithilfe des eigenen sozialen Netzwerks abseits des Internet, aber auf Internet-Plattformen, welche die Abwicklung der Bezahlvorgänge ermöglichen und vereinfachen.

Crowdfunding unterteilt man üblicherweise in vier Bereiche: spendenbasiertes Crowdfunding auf Plattformen wie „betterplace.org“, „respekt.net“ oder „reset.to“, prämienbasiertes Crowdfunding auf Plattformen wie „Indiegogo“, „Visionbakery“, „Wemakeit“ oder „Startnext“, eigenkapitalbasiertes Crowdfunding auf Plattformen wie „Companisto“, „Innovestment“ oder „Bankless24“ und fremdkapitalbasiertes Crowdfunding auf Plattformen wie „Auxmoney“, „Finmar“ oder „Lendico“. (Eine Liste aller Plattformen findet sich unter www.germancrowdfunding.net/plattformen).

Knapp 70 Plattformen sind in Deutschland gestartet, ein knappes Dutzend auch schon wieder eingestellt oder inaktiv geworden. Ein großer Teil versucht sich in der Finanzierung von Unternehmen oder

unternehmerischen Projekten: Start-ups, mittelständische Betriebe oder eben auch Energieeffizienzprojekte auf „Bettervest“. Ungefähr 50 Millionen Euro wurde über diese Crowfunding-Plattformen bisher in Deutschland eingesammelt.

Deutlich mehr, nämlich 150 Millionen Euro, wurde über sogenannte Peer-to-Peer-Lending-Plattformen eingenommen. Hier vergeben Privatpersonen an andere Privatpersonen Kredite, teilweise sind die Empfänger auch Unternehmen. Die Kleinkredite erreichen höhere Zinsraten, als am Markt im Augenblick gezahlt werden und sind deswegen recht attraktiv für die Geldgeber.

Im Bereich der Kreativwirtschaft wurden bisher ca. 25 Millionen Euro eingesammelt. Zunehmend drängen auch ausländische Anbieter auf den deutschsprachigen Markt – die Plattform „Kisskissbankbank“ aus Frankreich beispielsweise oder die amerikanischen Plattformen „Indiegogo“ und „Kickstarter“.

Überhaupt scheint der deutschsprachige Raum besonders attraktiv zu sein. Die schwedische Plattform „FundedByMe“ hat in Spanien, Italien und eben auch in Deutschland eine Vertretung aufgemacht und wirbt damit, Europas internationalste Plattform zu sein.

Innerhalb Europas ist der deutschsprachige Raum sehr innovativ, denn viele neue Geschäftsmodelle werden hier zuerst ausprobiert. Crowdinvesting für Filme auf „Cinedime“, Crowdfunding für Energiegenossenschaften auf „Crowdenergy“, Crowdlending für Städte auf „LeihDeinerStadtGeld“ oder Crowdbuying für Produkte auf „Newniq“ sind alles Beispiele für die rege Crowdfunding-Szene. Jetzt bleibt lediglich noch zu hoffen, dass die Bundesregierung ihre Ankündigung umsetzt, für Crowdfunding einen guten Rahmen zu schaffen. In anderen Ländern, zum Beispiel in Frankreich oder Großbritannien, ist man da deutlich weiter. Dort wurden die Bankgesetze zugunsten des Crowdfundings entrümpelt, oder die Regierung investiert via Crowdfunding in innovative Unternehmen. Darauf müssen wir in Deutschland noch etwas warten.

Karsten Wenzlaff *ist Geschäftsführer des Instituts für Kommunikation in sozialen Medien (ikosom) und Koordinator des German Crowdfunding Networks, dem Branchenverband der deutschsprachigen Crowdfunding-Szene. Er wurde von der Europäischen Kommission in das European Crowdfunding Stakeholder Forum berufen.*
▶ *www.ikosom.de*

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

Interesse groß – Nutzung gering

Spendenorganisationen schwimmen (noch) nicht mit dem Schwarm

Crowdfunding ist in aller Munde. Auch viele Spendenorganisationen interessieren sich für diese innovative Projektfinanzierungsalternative. Wie ist es aber um die reale Nutzung im deutschsprachigen Raum bestellt?

Von MARIETTA HAINZER und SANDRA STÖTZER

In den letzten Jahren ist Crowdfunding sowohl bei Praktikern und in den Medien als auch in der Wissenschaft vermehrt ein Thema von großem Interesse. Und auch für Nonprofit-Organisationen (NPO) scheint dieses noch relativ neue Instrument des Social-Media-Fundraising beträchtliche Potenziale zu bieten. Bislang gibt es jedoch kaum (wissenschaftliche) Studien über Crowdfunding (CF) bei NPOs, speziell mit Fokus auf Europa. Dies war die Motivation für eine Untersuchung zum Wissensstand und zur Nutzung von CF, welche Ende 2013 am Institut für Public und Nonprofit Management in Österreich durchgeführt wurde.

BEFRAGUNG VON SPENDENORGANISATIONEN

Konkret wurde ein Online-Fragebogen an 994 Spendenorganisationen in Deutschland, Österreich und der Schweiz gesandt. Als Stichprobe wurden die Träger der gängigsten Spendengütesiegel in diesen Ländern ausgewählt, also NPOs mit dem DZI Spenden-Siegel (262 NPOs), dem Österreichischen Spendengütesiegel (229 NPOs) bzw. dem ZEWO-Gütesiegel (503 NPOs). 171 Organisationen beteiligten sich (Rücklauf: 17 %), davon stammen 46 aus Deutschland, 52 aus Österreich und 73 aus der Schweiz.

PRÄSENZ IN SOZIALEN NETZWERKEN

Eine Voraussetzung für erfolgreiches Crowdfunding ist die Präsenz in sozialen Netzwerken wie Facebook, Twitter & Co. 122 NPO (71 %) gaben an, eines oder mehrere Social-Media-Tools für ihre Online-Kommunikation zu nutzen, wobei Facebook und YouTube favorisiert werden. Die Österreicher zeigten sich hier aktiver (39 % aller antwortenden NPO aus Österreich nutzen Facebook) als die Schweizer (31 %) und die Deutschen (30 %).

CROWDFUNDING- KENNTNISSE

Das Internet spielt – neben anderen Medien – auch eine zentrale Rolle für die Bekanntheit der Schwarmfinanzierung. Etwa zwei Dritteln der NPO-Vertreter (68 %) ist der Begriff Crowdfunding geläufig. Zugleich offenbarte sich aber ein sehr heterogener Wissensstand über dieses Finanzierungsinstrument. Das Gros der Befragten hatte sich noch nicht vertiefend damit beschäftigt, sodass meist keine detaillierten Kenntnisse vorhanden sind.

Diese Zurückhaltung zeigte sich auch bei der aktuellen Nutzung von Crowdfunding in der NPO-Praxis. Lediglich 14 Organisationen hatten Ende 2013 bereits zumindest ein CF-Projekt realisiert.

AKTUELLE CROWDFUNDING-NUTZUNG

Dabei waren deutsche Spendenorganisationen (sieben NPO) vergleichsweise am aktivsten, während sich Schweizer NPO (lediglich zwei Anwender) sehr abwartend verhalten. Die Kampagnen wurden auf unterschiedlichen CF-Plattformen lanciert und verliefen aus NPO-Sicht nicht alle erfolgreich.

Als Gründe, weshalb CF bislang nicht zur Ressourcenmobilisierung verwendet wurde, nannten die Befragten vor allem:

1. keine Kenntnisse bzw. nicht ausreichende Auseinandersetzung mit diesem (Relationship) Fundraising-Instrument
2. mangelnde personelle, zeitliche und finanzielle Ressourcen
3. Abwesenheit geeigneter (zielgruppenspezifischer) Projekte

ABWARTEN UND VONEINANDER LERNEN

Obwohl es naturgemäß wesentliche Unterschiede zwischen einzelnen Spendenorganisationen gibt, zeigt die Studie, dass das Wissen und die Erfahrungswerte von gütesiegelzertifizierten NPO im deutschsprachigen Raum insgesamt noch ausbaufähig sind. Angesichts der großen medialen Aufmerksamkeit rund um Crowdfunding überrascht es, dass bislang lediglich einzelne praktische Anwendungsfälle vorliegen.

Von diesen Vorreitern und ihren Erfahrungswerten – insbesondere auch im Zuge von nicht erfolgreichen CF-Initiativen – könnten andere NPO viel lernen. Die meisten Befragten äußerten dezidiert enormes Interesse an dieser noch relativ jungen Finanzierungsalternative beziehungsweise -ergänzung und stehen einer Anwendung aufgeschlossen gegenüber. Somit ist zu erwarten, dass sich künftig einige NPO den 14 Schwarm-Pionieren anschließen dürften.

*Mag. **Marietta Hainzer,** PMBA, studierte Sozialwirtschaft und Finanzmanagement. Sie ist Doktorandin am Institut für Public und Nonprofit Management an der Johannes Kepler Universität Linz in Österreich.*
► *www.jku.at/pnp*

***Dr. Sandra Stötzer** studierte Wirtschaftswissenschaften und Sozialwirtschaft. Sie ist Habilitandin am Institut für Public und Nonprofit Management an der Johannes Kepler Universität Linz in Österreich.*
► *www.jku.at/pnp*

Online-Spenden für Non-Profits
Professionelles Fundraising nach Maß mit micropayment™

- optimale Auswahl an Bezahlmöglichkeiten
- individuelle Spendenformulare
- zahlreiche Exportschnittstellen
- schnelle Spendenanalyse

MICRO PAYMENT
www.micropayment.de

Kostenlose Beratung
(0800) 5 770 371
fundraising@micropayment.de

Auch der Fiskus hält die Hand auf

Steuerrechtliche Betrachtung des Crowdfundings bei gemeinnützigen Körperschaften

Als eine interessante Option im Finanzierungsmix gemeinnütziger Organisationen gilt das Crowdfunding. Dabei sind auch die steuerlichen Aspekte unbedingt zu beachten. Gehören diese Einnahmen zum ideellen Bereich oder zum wirtschaftlichen Zweckbetrieb? Oder sind es Erlöse aus Sponsoring? Fakt ist: Der Fiskus will bei den meisten Belohnungen mit kassieren.

Von JENS KESSELER

Im gemeinnützigen Sektor spielt insbesondere das Reward-based-Crowdfunding eine große Rolle. Dort werden ideelle wie auch materielle Prämien und Leistungen für die Unterstützer angeboten. In Deutschland gilt: Diese Prämien können gemäß der Vorschriften in den Paragrafen 14, 64, 65, 66, 67a, 68 Abgabenordnung (AO) und in Anlehnung an den Sponsoringerlass des Bundesministeriums für Finanzen (BMF) vom 18. Februar 1998 Einnahmen im ideellen Bereich, im steuerpflichtigen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb und sogar Einnahmen im Zweckbetrieb sein. Seltener liegen wohl Einnahmen in der Vermögensverwaltung beim Crowdfunding vor. Leider werden viele Sponsorenbeträge nicht zu hundert Prozent bei dem Projektträger verbleiben, sondern ein nicht zu unterschätzender Anteil wird durch steuerliche Abgaben dem gemeinnützigen Projekt nicht zur Verfügung stehen.

GENAU UNTERSCHEIDEN

Die steuerliche Klassifizierung der Prämien nach umsatz- und ertragsteuerlich zu wertenden Einnahmen beziehungsweise Entgelten bleibt dem Projektträger wohl nicht erspart. Sonst landet ungewollt ein Teil des verplanten Geldes aus dem Crowdfunding nicht auf der Bank der gemeinnützigen Körperschaft, sondern für Umsatz-, Körperschaft- und Gewerbesteuer auf dem Konto der Finanzkasse des zuständigen Finanzamtes. Bei der Bewertung der Prämien muss also geprüft werden, worin die konkrete Gegenleistung für den erhaltenen Betrag besteht. Die Unterstützer und ihre gezahlte Summe werden dem Projektinhaber von der Crowdfunding-Plattform mitgeteilt und damit liegen steuerrechtlich zuverlässige verwertbare Bemessungsgrundlagen vor.

DANKESCHÖN ODER WERBUNG?

Unproblematisch sind Danksagungen per Mail oder Post, da es sich um eine Spende handelt, für die auch oft eine Zuwendungsbestätigung ausgehändigt wird. Hier fließt beim Sponsor Geld ab, ohne dass er eine erkennbare Gegenleistung erhält. Das kann durchaus auch noch angenommen werden, wenn er dazu noch einen kurzen Film oder Fotos vom Projekt oder über den Projektträger erhält. Das sind gängige Mittel der Öffentlichkeitsarbeit zum gemeinnützigen Zweck. Diese Prämien sind dem steuerneutralen ideellen Bereich zuzuordnen (keine Ertrag- und Umsatzsteuer).

Oft wird als Dankeschön auch die besondere Hervorhebung des Unterstützers auf der Homepage oder in anderen Kommunikationsmitteln der NPO in Aussicht gestellt. Auch eine Verlinkung mit der Homepage des Sponsors ist möglich. Erfolgt dies, handelt es sich nicht mehr um eine Spende, sondern um ein Entgelt im steuerpflichtigen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb, da es sich um eine Form der klassischen aktiven Werbung handelt (Schreiben des BMF vom 13.11.2012 zur umsatzsteuerlichen Behandlung des Sponsorings). Wird der Name allerdings in Form einer Danksagung auf der Homepage ohne besondere Hervorhebung oder lediglich mit dem Hinweis der Unterstützung im Text genannt, liegt wiederum eine Spende vor.

Werden als Belohnung Konsumprodukte übergeben, dann liegen unter Anwendung der Paragrafen 14 AO (Definition wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb), 65 und 68 AO (Definition Zweckbetriebe) Entgelte im steuerpflichtigen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb vor; dies gilt auch für die Zusendung von Kunstdrucken, limitierten Büchern sowie Zeichnungen. Diese Betätigungen sind keine Zweckbetriebe (§ 65 AO), da sie nicht inhaltlich der Erfüllung des gemeinnützigen Zwecks, sondern nur als Form der Geldbeschaffung dienen.

Eine zeitweise Überlassung von Theatern, Räumen oder technischen Vorrichtungen sind ebenso als Betätigungen im steuerpflichtigen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb (§ 64 AO) anzusehen, da dies regelmäßig Entgelte für kurzfristige Vermietungen oder sonstige Leistungen sind. Auch Prämien, für die der Unterstützer die Teilnahme an VIP-Veranstaltungen erhält, sind Einnahmen in diesem steuerpflichtigen Tätigkeitsbereich.

FREIGRENZEN BEACHTEN

Gewinne im steuerpflichtigen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb sind bei Überschreiten der dortigen Freigrenze von jährlich 35 000 Euro einschließlich Umsatz steuer ertragsteuerpflichtig (§ 64 III AO), so können im Einzelfall auch schon wenige Einnahmen aus Crowdfunding dazu führen, dass diese Freigrenze überschritten wird und es zur Belastung mit circa 30 Prozent Ertragsteuer des Gewinns im wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb kommt.

Im wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb gibt es für gemeinnützige Körperschaften keine Begünstigung bei der Umsatzsteuer, daher ist bis auf wenige Ausnahmen in den meisten Prämien der Regelsteuersatz von 19 Prozent enthalten (§ 12 UStG). Mit den

zusätzlichen Einnahmen aus dem Crowdfunding kann schnell die Kleinunternehmergrenze von 17 500 Euro pro Jahr (§ 19 I UStG) überschritten werden, mit der Folge, dass der Projektträger im Folgejahr der Regelbesteuerung unterliegt!

STEUERFREIE EINNAHMEN

Aber die gute Nachricht ist, dass unter Umständen Prämien Entgelte im Zweckbetrieb darstellen, zum Beispiel im Bereich des Sports. Dort werden als Belohnungen in vielen Fällen Trainingsstunden oder Mitmachprogramme und Kurse angeboten. In diesen Fällen handelt es sich gemäß Paragraf 67 a AO und dem zugehörigen Anwendungserlass um sportliche Veranstaltungen. Diese Entgelte sind ertragsteuerfreie Einnahmen im Zweckbetrieb und umsatzsteuerbefreit nach Paragraf 4 Nr. 22 a oder b UStG. Wenn aber der Aufhänger der Prämie eine exklusive Zeit mit einem prominenten Sportler ist, wird wohl die Finanzverwaltung eher eine sonstige Leistung als eine sportliche Veranstaltung sehen, sodass wir wieder ein Entgelt im wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb haben. Steuerlich gestalterisch empfiehlt es sich daher, dass der prominente Sportler das Training durchführt, dann liegt unstrittig eine sportliche Veranstaltung vor.

Beim Crowdfunding einer Organisation zur Förderung von Kunst und Kultur sind versprochene Freikarten für Theater- oder Musikveranstaltungen Eintrittsgelder zu kulturellen Veranstaltungen. Diese Einnahmen sind gemäß Paragraf 68 Nr. 7 AO ein ertragsteuerfreier Zweckbetrieb und bei Vorliegen einer Umsatzsteuerpflicht mit dem begünstigten Steuersatz von sieben Prozent zu berücksichtigen (§ 12 Nr. 8 a UStG). Werden dabei aber noch Speisen und Getränke gereicht, muss ein anteiliges Entgelt für diese Leistung ermittelt und im wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb mit dem Regelsteuersatz von 19 Prozent verbucht werden.

Eine Aufteilung der Einnahmen ist grundsätzlich ebenfalls erforderlich, wo die Geldleistung die Gegenleistung übersteigt. Es liegt eine Kombination aus Spende und Entgelt vor, was durchaus zu Bewertungsproblemen mit der Finanzverwaltung führen kann.

WAS TUN BEI VERZÖGERUNG?

Trotz eines erfolgreichen Crowdfundings kann es zur Verzögerung des finanzierten Projektes kommen. Dafür können organisatorische oder auch finanzielle Gründe (Anteilsfinanzierung) verantwortlich sein. Hier muss man nicht in Panik verfallen, da der Paragraf 55 Abs. 1 Nr. 5 AO eine Mittelverwendungsfrist von zwei Jahren nach dem Jahr des Zuflusses vorsieht. Die Gelder können also in diesem Zeitraum unproblematisch geparkt werden. Es ist aber ratsam, diese Gelder in einer zweckentsprechenden Rücklage auszuweisen. Sollte der obige Zeitraum verstrichen sein, kann auch für das geplante Projekt eine Rücklage in einem Zeitraum von vier bis fünf Jahren angespart werden, einschließlich der Gelder aus dem Crowdfunding. Kann aber das über Crowdfunding finanzierte Projekt im seltenen Fall nicht innerhalb von vier oder fünf Jahren umgesetzt werden, kann ein gemeinnützigkeitsschädlicher Mittelverwendungsverstoß vorliegen. Eine zeitnahe Absprache mit dem Finanzamt oder einem Steuerberater kann hier Abhilfe schaffen.

Bei der Projektplanung muss die NPO die verschiedenen Prämienstufen in Abstimmung mit dem Satzungs- oder Gesellschaftszweck ertrag- und umsatzsteuerlich bewerten. Momentan gibt es noch keinen Erlass der Finanzverwaltung oder Rechtsprechung zur Besteuerung des Crowdfunding bei gemeinnützigen Projektträgern, damit ist aber mittelfristig zu rechnen.

Jens Kesseler *berät gemeinnützige Einrichtungen und Organisationen bei steuerrechtlichen und betriebswirtschaftlichen Sachverhalten. Er leitet den Geschäftsbereich „Gemeinnützige Körperschaften" bei der IQ Steuerberatungsgesellschaft mbH, Leipzig und Magdeburg, und ist geschäftsführender Gesellschafter der Quintessenz Management KG. Daneben hält er als freier Dozent Vorträge zum Steuerecht und Management von NPOs, unter anderem für die Friedrich-Ebert-Stiftung.*

► *www.iqsteuer.de* ► *www.quintessenz-kg.de*

Kleines Land, große Ideen

Crowdfunding in Österreich: Zwischen Finanzmarktaufsicht und kreativer Szene

Der „Kreditfall Staudinger" sorgte vor einigen Jahren in Österreich für viel Aufmerksamkeit. Der Waldviertler Schuhfabrikant Heini Staudinger lieh sich von Freunden und Kunden Geld für die Weiterentwicklung seiner Firma und geriet deswegen mit der Finanzmarktaufsicht aufgrund fehlender Banklizenzen in Konflikt. Seitdem hat sich auch in der Alpenrepublik eine lebendige Crowdfunding-Szene entwickelt, die sich aktiv für diese moderne Form der Projektfinanzierung einsetzt.

Von WOLFGANG GUMPELMAIER

In Amerika existiert Crowdfunding über eigens dafür entwickelte Web-Plattformen bereits seit über zehn Jahren. In Österreich machte 2010 die Plattform „Respekt.net" den Anfang und launchte ein Portal für zivilgesellschaftliche Projekte auf Spendenbasis. Über 772 000 Euro konnten seither für Projekte mit Themen wie Bildung, Bürgerrechte, soziales Engagement, Umweltschutz und anderes eingesammelt werden. Eine Besonderheit: Man kann diese Projekte auch mit Wissen oder Zeit unterstützen. Seit Ende 2014 erstrahlt „Respekt.net" im zeitgemäßen Design und soll somit noch mehr Menschen dazu verleiten, die Welt zu verbessern.

CROWDINVESTING GEHT VORAN

Zwei Jahre nach „Respekt.net" ging mit „1000x1000.at" die erste equity-based Crowdfunding-Plattform Österreichs online. Dahinter steckt das ISN – Innovation Service Network, eine steirische Innovationsschmiede, deren Mitgründer Reinhard Willfort die Investing-Plattform als Erweiterung zu seiner Crowdsourcing-Plattform „Neurovation.at" sieht. Dort werden Ideen zuerst vorgestellt und bewertet, anschließend entwickelt die Crowd gemeinsam mit dem Ideengeber ein tragfähiges Geschäftsmodell, in das man dann später auf „1000x1000" investieren kann. Es ist jedoch auch möglich, sich ohne den Umweg des Ideensourcings die Plattform für die Suche nach Finanziers zu nutzen. Dieser Bereich des Crowdinvesting hat sich seitdem sehr dynamisch entwickelt. Anfang 2013 starteten mit „Conda.at" und „Greenrocket.com" weitere Anbieter. Während sich die Investoren bei den drei genannten Plattformen via Substanzgenussrechte an den Unternehmen beteiligen, bieten die beiden 2014 gelaunchten Plattformen „dasErtragReich.at" und „Crowdcapital.at" ihren Kunden andere Beteiligungsformen an. So werden bei „dasErtragReich" den Unternehmen mittels qualifizierten Nachrangdarlehen quasi Kleinkredite vermittelt, „Crowdcapital" lockt mit echten stillen Beteiligungen. In puncto Beteiligungsformen wird in Österreich beim Crowdinvesting viel experimentiert. Denn durch den Fall Heini Staudinger versuchen die Plattformen, ihre Modelle in Abstimmung mit der Finanzmarktaufsicht für alle Beteiligten möglichst attraktiv zu gestalten, fordern aber von der Politik deutlich mehr Spielraum.

AUSTRIA-PLATTFORM FEHLT

Solche Probleme hat die österreichische Kreativszene nicht. Hier mangelt es eher an nationalen Plattformen, die sich um die Infrastruktur für reward-based Crowdfunding kümmern. Bis dato mussten Projekte aus Österreich nämlich auf ausländische Plattformen wie „Startnext.de",

„Indiegogo.com“ oder „Kickstarter.com“ ausweichen. Grundsätzlich kein Problem, wie einige Projekte bewiesen, aber eine Betreuung vor Ort sei schon wünschenswert. Mit „Sideinvest.at“ soll sich das nun ändern. Hier können Erfinder, Designer, Forscher, Künstler und andere ihre Projekte vorstellen und von der Crowd finanzieren lassen. Auch die Schweizer Plattform „Wemakeit.ch“ startete Anfang 2015 mit einer Österreich-Niederlassung und möchte die hiesige Kreativszene bei der Realisierung ihrer Projekte unterstützen.

KREATIVE PROJEKTE

Gerade in diesem Bereich zeigt sich, wie vielfältig und innovativ die Projekte auch aus einem kleinen Land wie Österreich sein können. Der Autor TG etwa schreibt seit vier Jahren an seinem Roman „Zwirbler“ – auf Facebook. Dieser soll nun auch als Buch und auf Toilettenpapier erscheinen. Die Crowd macht es möglich: Mehr als 15 000 Euro sammelte der Autor innerhalb weniger Wochen. Aber es geht auch ernsthafter. Für die Anschaffung einer Photovoltaik-Anlage für eine Fair-Trade-Schneiderei in Nepal sammelte das Modelabel Fairytale Fashion unter dem Projektnamen „SOLiPOWER“ via Crowdfunding über 18 000 Euro von Freunden, Kunden und Fans ein und bringt somit seit Anfang 2015 nicht nur faire, sondern auch ökologisch nachhaltige Arbeitsbedingungen nach Kathmandu.

Auf der Plattform „StarteDeinProjekt.at“, die eine Mischform aus reward- und donation-based Crowdfunding anbietet, können Jugendliche für ihre Schulprojekte Geld sammeln. Das Projekt „get2gether“ beispielsweise finanziert auf diese Weise Vernetzungs-Workshops für unbegleitete minderjährige Flüchtlinge mit österreichischen Jugendlichen.

Dass sich Crowdfunding in Österreich erst langsam etabliert, scheint Fakt zu sein. Eine aktuelle Umfrage mit dem Titel „Welches Potenzial hat Crowdfunding in Österreich?“ auf „Neurovation.at“ soll deshalb zeigen, wie viel Luft nach oben es in Österreich für diese Form der Finanzierung noch gibt.

Wolfgang Gumpelmaier *begleitet seit fünf Jahren Crowdfunder bei der Planung ihrer Kampagnen und beschäftigt sich am Institut für Kommunikation in Sozialen Medien mit dem Thema. Er ist Mitglied im German Crowdfunding Network, Herausgeber des Crowdfunding-Newsletters und Moderator des zweiwöchentlichen Crowdfunding-Talks auf www.ununi.tv. Zudem bietet er in der Tabakfabrik Linz eine monatliche Crowdfunding-Sprechstunde für Kreative an.*
► www.gumpelmaier.net

REAKTIVIEREN GEWINNEN BINDEN AUFBAUEN

Das ist Klaus-Dieter.
Er spendet gern.

Nur manchmal fragt er sich,
ob das wirklich hilft.

Aber sicher, Klaus-Dieter.
Ohne Dich geht gar nichts.

GFS
Wir leben Fundraising.

GFS Fundraising Solutions GmbH
Linzer Straße 21 · 53604 Bad Honnef · www.gfs.de

Foto: © Chris Leachman - Fotolia.com

Crowdfunding ist wie Urlaub

Fünf Fehler, die eine Kampagne platzen lassen

Mitunter wirkt Crowdfunding wie eine schnelle und unkonplizierte Finanzierungsidee. Dennoch scheitern auch 40 bis 50 Prozent der Projekte. Grund dafür sind meist Missverständnisse zur Wirksamkeit der Plattformen und fehlende Personality.

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Eine schöne Vorstellung: Crowdfunding ist wie Urlaub. Man stellt sein Projekt auf einer Plattform ein – es gibt ja genug – und dann werden es die User dort schon richten. Leider ist genau das Gegenteil der Fall: Crowdfunding braucht einen guten Plan und eine kontinuierliche Kommunikation mit der eigenen Fanbase. Werben, bloggen, Pressearbeit, E-Mails, Unterstützungsbitten, all das sollte vorab geplant und dem Kampagnenverlauf angepasst eingesetzt werden. Wie im Fundraising sollten zuerst Menschen angesprochen werden, die man bereits kennt, denn sie sind leichter zu überzeugen. Deutet sich hier bereits an, dass das Projekt viele Fragen aufwirft, sollte man es überarbeiten oder bleiben lassen. Deshalb ist eine stille Phase vor der eigentlichen Kampagne sinnvoll, um dann umso kraftvoller zu starten.

So funktioniert's!

- intensive Vorbereitung
- echter Dialog
- eigene Fanbase
- sich selbst öffnen (Story)
- Mut, Ausdauer, Inspiration

So geht's schief:

- Urlaub im Kampagnenzeitraum
- unrealistische Ziele
- keine Personality
- Social-Media-Aversion
- Selbstüberschätzung

Ein weiteres Missverständnis im Crowdfunding ist die Vorstellung, dass es ja nur ums Geld geht und nicht um die Macher. Aber auch hier gilt das Motto „People give to People"! Es geht natürlich um Geld. Damit aber auch um Vertrauen, wie bei Finanzprodukten üblich. Wenn man dem Macher das Projekt nicht zutraut, gibt es auch keine Kohle. Deshalb ist im Vorstellungsvideo und bei der Kommunikation eine möglichst persönliche Story hilfreich. Gerade die Geschichte hinter dem Projekt macht es sympathisch oder die User neugierig.

Die romantische Vorstellung, dass die Plattform ja alles für einen macht, ist eine krasse Fehleinschätzung. Hier muss schon ein eigenes Marketing her. Die bereits angesprochene stille Phase der Kampagne kann zum Beispiel dazu dienen, bereits finanzielle Zusagen von Unterstützern einzuholen. Diese können dann zu strategisch günstigen Zeitpunkten einzahlen. Zum Beispiel in der zeitlichen Mitte der Crowdfundingkampagne, wo normalerweise gar nichts geht oder eine Woche vor Schluss, um einen Run auszulösen. Sinnvoll ist es auch, im Vorfeld zu klären, für wen diese Kampagne eigentlich interessant ist. Ein Perspektivwechsel ist hilfreich, um seine Crowd besser zu verstehen und sie danach gezielter anzusprechen.

Das Kampagnenziel so hoch wie möglich zu stecken, ist ebenfalls keine gute Idee. Crowdfunding ist in den wenigsten Fällen eine Vollfinanzierung. Viele Themen von Projekten sind auch nicht spannend genug und unrealistische Ziele schrecken User eher ab. Eine realistische und transparente Beschreibung des Projekts und ehrliche Kommunikation sind deshalb enorm wichtig.

Und schließlich das Thema Social Media. Nirgends funktioniert das Verbreiten einer Projektidee besser als über die sozialen Medien, weil die meisten Plattformen der Crowd anbieten, ihr Engagement auch gleich zu posten. Wer allerdings erst Facebook beitritt, wenn er sein Projekt startet, hat schlechte Karten. Eine Community baut sich nicht in 30 Tagen Finanzierungsphase auf, denn auch hier geht es um Vertrauen zu der Person und nicht zum Kommunikationskanal.

Crowdfunding braucht also etwas mehr als Urlaubsfeeling. Dann klappt's!

Matthias Daberstiel *berät mit seiner Spendenagentur gemeinnützige Organisationen in Mitteldeutschland zu allen Fragen des Fundraisings. Außerdem ist er einer der Herausgeber des Fundraiser-Magazins.*
▶ *www.spendenagentur.de*

QUALITÄTSZIRKEL
TELEFON-FUNDRAISING

Initiative für professionelles Telefon-Fundraising

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

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

Bei Onlinekauf Spende!

Ein Überblick über Einkaufsplattformen für den guten Zweck

Das Internet verändert nicht nur unsere Kommunikation. Es schafft auch neue Möglichkeiten zu spenden. Seit 2008 steigt die Anzahl der Plattformen, die das ohne Zusatzkosten durch einen kleinen Umweg beim Onlinekauf ermöglichen. Das Fundraiser-Magazin veröffentlicht den ersten Vergleich dieser sozialen Einkaufsplattformen.

Von CATRIN THIEM

So funktionieren soziale Einkaufsplattformen

Grafik: Catrin Thiem

Onlinehändler nutzen Affiliate-Marketing um neue Kunden und Interessenten zu gewinnen. Jedes Mal, wenn man über Werbung im Internet zu einem Online-Shop gelangt und dort kauft, sich anmeldet oder Ähnliches, bezahlt dieser Shop dem Webseitenbetreiber eine Provision. Oft geschieht das unbemerkt, beispielsweise über Anklicken eines Bildes beim Recherchieren und anschließender Weiterleitung von diesem Portal zu einem Online-Shop. Dieses Prinzip nutzen soziale Einkaufsplattformen, indem sie die Provisionen bündeln und Spenden an gemeinnützige Organisationen leiten. Hierzu wird auf den bewussten Umweg zum Online-Shop gesetzt, wie in der Grafik ersichtlich wird. Mittlerweile gibt es hiervon eine Vielzahl unterschiedlicher Angebote. Dieses Dickicht zu lichten, war Ziel eines Vergleichs der Plattformen, die generell die Anmeldung gemeinnütziger Organisationen (Begünstigte) ermöglichen. Die Übersicht beinhaltet keine Plattformen, die nur für eine oder wenige festgelegte Organisationen agieren.

KLEINE VEREINE PROFITIEREN

Gerade für kleine Vereine, Initiativen und Projekte mit geringen Ressourcen ist diese Form des Fundraisings nicht nur eine willkommene Quelle zur Mittelgewinnung. Sie profitieren auch von öffentlicher Wahrnehmung und Vernetzung, und teilweise bietet sich so überhaupt die erste Gelegenheit, am Online-Fundraising zu partizipieren oder gar die erste Präsenz im Internet überhaupt. Für diese Zielgruppe ist insbesondere die Direktspende eine wertvolle Zusatzfunktion. Neben zusätzlichen Einnahmen profitieren aber auch große, etablierte Organisationen durch die Einbindung dieses Instrumentes von zusätzlichen Effekten wie höherer Reichweite und erweiterten Angeboten für ihre Unterstützer. Aber neue Interessenten oder Unterstützer findet man auf den Plattformen bisher kaum. Der Anstoß muss über die eigenen Fans erfolgen. Empfehlung ist das Kernelement einer gelungenen Nutzung. Will ein Verein von diesen Plattformen gebrauch machen, muss er also für die Verbreitung der Idee bei den Förderern und deren Netzwerk sorgen. Hierfür bieten die Plattformen meist Unterstützung und Hilfsmittel, wie Links, Widgets, Plakate oder Flyer. Beispiele, wie die Kreativschule in Berlin-Karlshorst mit knapp 3 000 Euro oder die Organisation Sea Shepard mit über 25 000 Euro Spendeneingang zeigen, dass sich der Aufwand lohnt.

Die Plattform sollte sicher gut zur Organisation passen. Es lohnt sich genauer hinzusehen, denn Transparenz und Vertrauenswürdigkeit sind elementar.

AUSWAHL WICHTIG

Fast alle Anbieter der Plattformen machen zum Beispiel darüber Angaben, wie viel Prozent von den Provisionen wirklich an die Organisationen fließen und wie viel für die Aufrechterhaltung der Plattform gebraucht wird. Shop plus plus gibt an, 100 Prozent der Provisionen weiterzugeben. Auf Nachfrage stellt sich dann aber heraus, dass Teile der Provisionen doch für die Eigenfinanzierung genutzt werden. Auch bei Gooding ist eine Weitergabe von 100 Prozent nur über gezielte Einstellungen möglich. Bei Kaufkröte war der Anteil für den Verein auch nicht bei einfacher Internetsuche zu finden, und bei Vereinsbüchse erfährt man auf der Webseite kaum etwas, ohne sich anzumelden. Insgesamt ist das System der Vergütungen der Shopbetreiber an die Plattformen so komplex, dass konkrete Angaben zu den erzielbaren Provisionen nicht abbildbar sind. Die

Angaben hierzu im Shopbereich sind grobe Richtwerte, und ehrliche Anbieter benennen das auch so. Bei der Transparenz der Geschäftszahlen stach Bildungsspender als einziger Anbieter mit der Veröffentlichung eines Geschäftsberichtes heraus. Im Punkt Erläuterung der Grundfunktion und Aufklärung über alle denkbaren Nachfragen waren besonders gute und in weiterführenden Seiten sehr detaillierte Beschreibungen bei boost und gooding zu finden.

HOHER WETTBEWERB

Im Rahmen der Untersuchung zeigte sich auch, dass unter den Plattformen ein enormer Wettbewerb herrscht. Kein Wunder, angesichts steigender Umsätze im E-Commerce häufen sich Neugründungen. Bisher können sich wenige Plattformen tatsächlich inklusive Gehältern tragen. Einige Anbieter sind verschwunden, und Shop plus plus hat jüngst zwei Plattformen übernommen. Insider rechnen mit noch mehr Zusammenschlüssen und Konzentrationen sowie schnelleren Entwicklungen. „Um das Angebot von helfen-kostet-nix noch mehr zu verbreiten und auszubauen, bin ich gerade auf der Suche nach Investoren", bestätigt Betreiber Andreas Veljkovic indirekt diesen Trend. Viele Plattformbetreiber arbeiten stetig an Verbesserungen wie zum Beispiel Liveticker oder Erinnerungstools, die Nutzer beim Surfen auf gelistete Shops und die Nutzung der sozialen Einkaufsplattformen hinweisen. Hauptaufgabe bleibt aber die Verbreitung der Idee in der breiten Öffentlichkeit. Keine rosigen Aussichten also, aber die immer selbstverständlichere Nutzung des Internets und somit auch geänderte Kaufgewohnheiten, gute Prognosen im Onlinemarkt sowie die Perspektive der Imagesteigerung für Unternehmen bieten ein enormes Potenzial für dieses innovative Online-Fundraising-Instrument. Dessen Erschließung hängt in starkem Maße davon ab, wie gut es Begünstigten gelingt, ihr Anliegen zu dem ihrer Unterstützer zu machen.

__Catrin Thiem__ ist Fachkauffrau Marketing und machte sich mit dem Thema Fundraising während der Ausbildung an der Dialog Akademie vertraut. Außerdem arbeitete sie für verschiedene gemeinnützige Organisationen bei der Agentur „direct." Derzeit studiert sie Wirtschaftskommunikation an der HTW Berlin. Die Untersuchung war Teil ihrer aktuellen Bachelorarbeit.

G&O
Dialog-Concept GmbH

Für Sie spielen wir die gesamte Klaviatur des Fundraisings!

Die G&O ist ein eingespieltes Team und zählt zu den besten Fundraising-Agenturen Deutschlands. Für unsere Kunden setzen wir alle Instrumente des Marketings ein, um innovative Ideen und Konzepte erfolgreich zu realisieren. Absolute Verlässlichkeit, persönliches Engagement und über 40 Jahre Kompetenz und Branchenerfahrung zeichnen uns aus. Das klingt gut?
Erleben Sie uns live on Stage. Wir freuen uns auf Sie!

G&O Dialog-Concept GmbH, Stresemannstraße 79, 70191 Stuttgart
Telefon 0711 / 8 90 27-0, www.go-dialog-concept.de

Soziale Kaufportale im Überblick: Wer

Website	bildungsspender.de	boost-project.com	clicks4charity.net	friends4school.de	gooding.de
Betreiber / Gesellschaftsform	Bildungsspender gUG (haftungsbeschränkt)	Boost Engagement FBX gGmbH	clicks4charity GmbH	friends4school e.V.	Gooding GmbH
Anmeldung für Begünstigte möglich?	ja	ja	ja	ja	ja
Zusatzfunktionen für Nutzer und Begünstigte	· Charity-SMS · Helpcard · Direktspende · Websuche mit zusätzlicher Erlös-möglichkeit · Erinnerungstool	· Erinnerungstool	· Charity-SMS und Direktspende möglich · Toolbar	· Direktspende	· Erinnerungstool
besteht seit	2009	2012	2010	2011	2012
Gesamtspendenstand	2 933 245 €	483 691 €	213 000 €	4 164 €	325 214 €
Anzahl der Partnershops	1 691	524	120	24	929
Anzahl Begünstigte/ gemeinnützige Organisationen	5 319	1 346	350	172	2 037 Vereine
Anteil, der an das Projekt weiter-geleitet wird (als Spende oder Provision)	90 %	90 %	70 %	95 %	bis zu 100 % Anteil freiwillig wählbar (30 % für Gooding voreingestellt, alter-nativ 15 %, 45 % oder nichts wählbar)
Wie finanziert sich die Einkaufs-plattform?	10 % Provisionsanteil	10 % Provisionsanteil + Entwicklungs-projekte	30 % Provisionsanteil	5 % Provisionsanteil	vom Nutzer gewählter freiwilliger Provisionsanteil + weitere Provisionen, Werbeeinnahmen und Beratungs-leistungen
Anzahl Mitarbeiter	2 Hauptamtliche (Teilzeit), projekt-bezogen gelegent-lich ehrenamtliche Mitarbeiter	8 Hauptamtliche, 1 Freelancer	2 Hauptamtliche, 4 Studenten	keine Angabe (2 auf Website vorgestellt)	6 Hauptamtliche
Wie erfolgt die Auszahlung an den Begünstigten?	mindestens 1-mal jährlich, bis zu 11-mal ab 200 €	monatlich ab 25 €	mindestens 1-mal pro Jahr, in besonderen Fällen öfter	bei Erreichen der Fördersumme	ab 20 € vierteljährlich, sonst 1-mal jährlich
Ist eine Nutzeran-meldung notwendig?	nein	nein, wird aber empfohlen	nein	nein	nein
Quelle	Angaben durch Betreiber bestätigt	Angaben durch Betreiber bestätigt	Angaben durch Betreiber bestätigt	Internet-Recherche	Angaben durch Betreiber bestätigt

bietet was und wie kann man sie nutzen?

helfen-kostet-nix.de	kaufkroete.de	planethelp.de	schulengel.de	shopplusplus.de/.at/.ch	vereinsbüchse.de
Helfen kostet nix gUG (haftungsbeschränkt)	DaMaJa Networks UG (haftungsbeschränkt)	EMCS – ELECTRONIC MEDIA CONSULTING & SOLUTIONS GmbH	Schulengel GmbH	Shop plus plus GmbH	shopprops UG (haftungsbeschränkt)
ja	ja	nur über Bewerbung möglich	ja	ja	ja
· Erinnerungstool	—	—	· spendenideen.de · Direktspende · Produktsuche (finde den besten Preis und die höchste Spende) · Erinnerungstool	· Sonderangebote · Toolbar mit „Danke- Punkte“ · Charity Shop für NGO-Produkte · Geschenk-Gutschein	—
2012	2012	2001	2008	2010	2010
ca. 25 000 €	6 637 €	59 884 €	1 740 478 €	über 46 000 €	keine Angabe
ca. 200	414	1 609	1 300	über 3 000 (eigene Angabe)	314
75	113	113	7 046	274	228
90 %	70 %	mindestens 51 %	70 %	100 % der angegebenen Provision	66 % der Provision
10 % Provisionsanteil, Spenden	30 % Provisionsanteil	bis zu 49 % Provisionsanteil	30 % Provisionsanteil	über Zusatzzahlungen der Partner (Shop plus plus trifft hier keine transparente Aussage zum Provisionsanteil)	33 % Provisionsanteil
1 Ehrenamtlicher	4 Ehrenamtliche	keine Angabe	3 Mitarbeiter	4 Hauptamtliche (1 Vollzeit, 3 Teilzeit)	keine Angabe (2 auf Website vorgestellt)
nach Bedarf der Organisation	ab 40 €	ab 250 € max. 1-mal pro Monat; mind. 1-mal pro Jahr	4-mal jährlich	ab 25 € monatlich sonst 2-mal jährlich	keine Angabe
nein	nein	nein	nein	nein	ja
Angaben durch Betreiber bestätigt	Angaben durch Betreiber bestätigt	Internet-Recherche	Angaben durch Betreiber bestätigt	Angaben durch Betreiber bestätigt	Internet-Recherche

Datenstand jeweils vom 15.12.2014

Armut hat Platz

Salzburg kümmert sich. Seit der EU-Erweiterung nimmt die Stadt immer mehr Armutsflüchtlinge wahr. Diese kommen meist aus südosteuropäischen Ländern, unter ihnen viele Roma. Ihre Lage ist in der Regel prekär, betteln oder einfache Gelegenheitsjobs prägen den Alltag. Nicht nur, um jenen Menschen zu helfen, sondern auch um eine offene Haltung des Hinsehens zu etablieren, haben sich mehrere Institutionen Salzburgs zusammengetan. Von der Diakonie über die Caritas und die Malteser sind auch buddhistische und islamische Einrichtungen dabei. Verschiedene bereits existierende Hilfsinitiativen sollen durch die gemeinsame Plattform „Armut hat Platz" koordiniert und in ihrem Engagement gestärkt werden. Die Initiative versteht sich zudem als Lobbying-Plattform und tritt für die Wahrung der Rechte und der Menschenwürde in der Stadt Salzburg ein. Zu den gemeinsamen Zielen gehören der Aufbau und Betrieb eines dauerhaften Notschlafquartiers sowie medizinische Basis-Versorgung, aber eben auch das Engagement für eine positive mediale Berichterstattung zu Initiativen und geplanten Hilfsaktivitäten. Eine Petition soll Interessenten zusätzlich die Möglichkeit zur Solidarisierung geben.

▶ *www.armut-hat-platz.at*

Neues Online-Portal zur Sammlung von Althandys

Die Deutsche Umwelthilfe e. V. ist Partner des neuen Handysammelcenters der Deutschen Telekom. Das Onlineportal zur Sammlung gebrauchter Mobilfunkgeräte ermöglicht die sichere und fachgerechte Entsorgung gebrauchter Handys. Eine Besonderheit ist ein speziell auf die Bedürfnisse von Firmen und Behörden zugeschnittenes Angebot. Der Einsender von alten Firmenhandys erhält einen detaillierten Bericht über den Entsorgungsnachweis inklusive der Datenlöschung. Damit sollen Vorbehalte gegenüber der Weiterverwendung der Handys abgebaut und mehr gebrauchte Mobiltelefone weitergenutzt beziehungsweise recycelt werden.

▶ *www.handysammelcenter.de*

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

Soziales Netzwerk

Die internationale Kinderhilfsorganisation World Vision ist mit einem Patenportal online gegangen. Paten können so zum ersten Mal auch online mit ihrem Schützling in Kontakt treten. Mit aktuellen Bildern, Videos und Neuigkeiten können sie die Entwicklung der Kinder verfolgen. Außerdem erhalten sie regelmäßig Informationen zum sozialen Umfeld der Kinder und zu den einzelnen Hilfsprojekten. Das Netzwerk lässt die Paten konkret miterleben, was ihre Unterstützung bewirkt – und soll so die Arbeit der Organisation noch transparenter gestalten.

▶ *www.mein-patenportal.de*

Gegen digitale Hetze

Eine überparteiliche Kampagne wirbt dafür, dass die Nutzer von Facebook, Youtube & Co. im Umgang mit manipulativen Inhalten gleich welcher politischen Richtung ein geschärftes Bewusstsein entwickeln und zweimal hinsehen, bevor sie Videos, Fotos oder Texte teilen oder „liken". Auf einer eigens eingerichteten Internetseite stehen dafür Hilfsmittel zur Verfügung, unter anderem eine Checkliste zum Erkennen von Hass-Propaganda. Außerdem gibt es von Experten aufbereitete Beispiele, in denen die Manipulations-Methoden analysiert werden. Träger der Kampagne ist der Verein „Neues Potsdamer Toleranzedikt". Er tritt für einen Konsens aller Demokraten gegen Gewalt, Fremdenfeindlichkeit und politischen Extremismus ein.

▶ *www.stoppt-hasspropaganda.de*

Im Schlaf spenden

Lassen Sie sich morgens von ihrem Smartphone wecken? Drücken Sie dann immer mal wieder gern die Schlummertaste, um noch ein paar Minuten liegen zu bleiben? Dann kann die App #dreamon ein nützlicher „Helfer" sein. Wenn man insgesamt zehn Mal die Schlummer-Funktion betätigt hat, fordert die App den Benutzer dazu auf, einen Dollar über PayPal an die UNO-Flüchtlingshilfe zu spenden. Dazu muss man nur sein PayPal-Passwort eingeben und das Ganze bestätigen. Und bekanntlich hilft ja jeder einzelne Cent.

▶ *www.dream-on.org*

Klingelbeutel online

Im Gottesdienst geht der Klingelbeutel durch die Reihen. Das ist vertraut. Neu ist: Kollekten können in der Evangelischen Kirche im Rheinland seit Dezember auch online gespendet werden. Wer am Onlinebanking teilnimmt, kann künftig vom heimischen Computer aus über die Internetseite einen Geldbetrag für den landeskirchlichen Kollektenzweck eines Sonntags überweisen. Auf Wunsch kann außerdem eine Spendenbescheinigung ausgestellt werden. Bislang ist das bei Kollekten nur mit den entsprechenden Umschlägen möglich gewesen.

▶ *www.ekir.de/klingelbeutel*

Gutes Tun mit Server4You

Der Hostinganbieter Server4You hat eine eigene Spendenaktion auf die Beine gestellt. Aber statt die Server4You-Kunden zum Spenden aufzurufen, spendet der Hoster pro bestelltem Server selbst. Abhängig vom Modell – drei verschiedene dedizierte Server nehmen an der Spendenaktion teil – spendet Server4You bis zu 50 Euro an die Hilfsorganisation CARE. An welches der drei ausgesuchten Projekte der Betrag geht, darf der Kunde vorher festlegen.

▶ *www.server4you.de/spenden.*

Es gibt Bilder, die bedürfen keiner Worte. Wir wollen trotzdem den Hintergrund verraten: Mit dieser „Helm-Kampagne", die von der Münchner Agentur Hello entworfen wurde, bemüht sich der österreichische Verein für Nachhaltigkeit und Sicherheit im Ski- und Radsport um mehr Sicherheit auf den Pisten, aber auch auf der Straße. Ein simpler Helm schützt eben nicht nur Motorradfahrer vor schwereren Verletzungen. Was auch für das Tragen eines Helmes spricht, ist die Tatsache, dass die aktuellen Modelle deutlich dezenter und geschmackvoller aussehen als das auf dem Motiv.
▶ *www.hello-muenchen.de*

Nachbarschaftshilfe

Geld für die Autoreparatur, für die Stromrechnung oder einen simplen Schreibtisch haben die meisten von uns. Aber eben nicht alle. Deshalb gibt es auch eine Crowdfunding-Plattform für, nennen wir es: Nachbarschaftshilfe. Die Plattform Handup existiert zwar bislang nur in den USA, wächst aber dank Investoren beständig.

Zudem kann das Prinzip auch als Vorbild für eigene Ideen genutzt werden. Das Team von Handup will vor allem auf lokaler Ebene Hilfsangebote für finanziell schlecht aufgestellte Menschen anbieten. Einige der Projektträger stehen fast mit einem Bein auf der Straße, weil sie ihre Miete nicht aufbringen können. Tatsächlich war das Problem der Obdachlosigkeit in San Francisco das auslösende Moment für die Plattform. Was erbeten wird, sind natürlich keine Unsummen. Für die Bedürftigen bedeuten sie allerdings mitunter die Realisierung eines bedeutenden Schrittes in Richtung eines erfolgreichen Lebens auf eigenen Beinen. Die Spenden gehen zu 100 Prozent in die Projekte. Wer sich für keins entscheiden kann, hat auch die Möglichkeit, allgemein zu spenden. In Zusammenarbeit mit lokalen sozialen Einrichtungen wird dafür Sorge getragen, dass die Spenden tatsächlich für das angegebene Ziel ausgegeben werden. ▶ *www.handup.us*

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.

Wir bieten auch Mitarbeiter-Schulungen zu Beschwerdemanagement und Abwendung von Kündigungen an. Es lohnt sich.

FRC Spenden Manufaktur
Alt-Moabit 89, 10559 Berlin

Ihr persönlicher Kontakt:
Holger Menze
+49 30 23 32 91 17
h.menze@spenden-manufaktur.de
www.spenden-manufaktur.de

Fiesta Sevillana!

Demipati.org bietet vollen Service für Anlass-Spenden

Steht der Spender mit seinen Interessen wirklich im Mittelpunkt erfolgreichen Fundraisings? Drei Freundinnen aus Andalusien wollen genau das erreichen und widmen die Plattform www.demipati.org den Spendern.

Von Paul Stadelhofer

Die Idee, die hinter der Plattform steckt, entstand 2012 beim Geburtstag der beiden Schwestern Laura und Beatriz Fernandez Carrillo. Die beiden Sevillanas, so werden die Einwohnerinnen der andalusischen Stadt Sevilla im Süden Spaniens genannt, erlebten die Krise in Spanien mit voller Härte. Anlässlich ihrer Geburtstagsfeier entschieden sie sich dann gegen Parfum, Geschenkkörbe und andere Aufmerksamkeiten. Stattdessen wollten sie ihr Geld und ihre Zeit für ein soziales Anliegen verwenden. In diesem Sinne haben Laura und Beatriz ihre Freunde darum gebeten, keine Geschenke mitzubringen, sondern an soziale Organisationen in Sevilla zu spenden. Aus der Feier wurde ein derartiger Erfolg, dass die beiden einen Plan fassten: Fortan wollten sie auch anderen dabei helfen, ihre Feiern um einen sozialen Anlass zu bereichern.

Das Konzept von Demipati ist denkbar einfach: Die Initiatorinnen helfen nicht gemeinnützigen Organisationen, die nach Spendern suchen, sondern sie helfen potenziellen Spendern dabei, Organisationen zu finden, die zu ihnen passen. Außerdem hilft die Plattform Interessenten dabei, Freunde zur Mithilfe zu motivieren. Kurzum: Demipati versucht eine soziale Komponente für Events zu schaffen, ganz gleich ob es sich um Hochzeiten, Betriebsfeiern oder Geburtstage handelt. Im Rahmen der Initiative vermittelt Demipati zwischen Organisationen und

Gastgebern, informiert über soziale Projekte und Spendenmöglichkeiten.

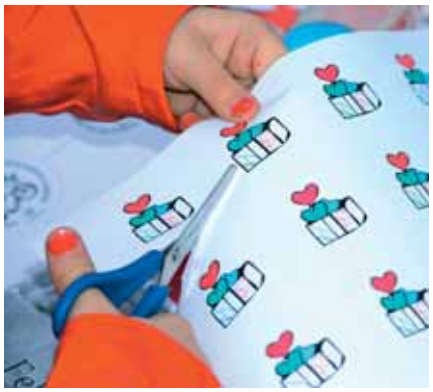
Alejandra Gimeno Mellado, neben Laura und Beatriz Fernandez Carrillo die Dritte im Bunde von Demipati, war sich schon damals sicher, dass Partys der perfekte Anlass für soziales Engagement sind. Besonders Kindergeburtstage eignen sich laut Alejandra, um mit einem sozialen Zweck verbunden zu werden. Der Grund dafür: Kinder können eindrucksvoll erfahren, dass es durchaus möglich ist, andere zu unterstützen. Auf der anderen Seite sparen sich auch die Eltern das Geld für Geburtstagsgeschenke, die nach kurzer Zeit schon im Müll oder in der Rumpelkammer landen. Mehr noch: „Die Treffen mit Freunden, Familienangehörigen und Kollegen können sich in außergewöhnliche und unterhaltsame Feiern verwandeln. Stell dir vor, dass sich zum Beginn einer Geburtstagsparty eine Gruppe von Eltern aus der Schule zusammentut, um Kleidung und Schulmaterialien für bedürftige Familien aus anderen Gegenden deiner Stadt zu sammeln. Stell dir vor, dass sich dein Kind mit seinen Freunden zusammentut, um zu erreichen, dass ein Mädchen aus Bangladesh ein Jahr länger zur Schule gehen kann“, so Alejandra.

Laut den drei Freundinnen bietet Demipati sogar noch mehr als die Hilfe für das

ein oder andere Projekt. Die Plattform ermöglicht den Organisatoren einer Feier, ihre Freunde und Bekannten für das zu sensibilisieren, was ihnen selbst am Herzen liegt. Beispielsweise beim Besuch sozialer Projekte, in Recycling-Workshops oder bei gemeinsamen Baum-Pflanz-Aktionen.

Laura, Beatriz und Alejandra konnten in diesem Sinn schon etliche Feiern bereichern: So halfen sie der achtjährigen Daniela dabei, eine große Geburtstagsfeier im Parque Maria Luisa in Sevilla zu organisieren. Statt Geschenken fürs Spielzimmer sammelte Daniela Zahnbürsten, Handtücher und Seife für die „Asociación Por la Equidad en la Salud". Unterstützt werden damit benachteiligte Bürger aus Danielas Heimatstadt Sevilla.

Auch Rocío und Julio ließen sich an ihrem 40. Geburtstag zur Solidarität motivieren und auch ihnen lieferten die drei Initiatorinnen von Demipati ein Full-Service-Paket: angefangen von der Suche nach einem passenden Ort, über die Gestaltung der Einladungen bis hin zur Suche nach einer Organisation, die ihren Interessen am ehesten entspricht: Save the Children in Spanien.



Mittlerweile, nach zwei Jahren und zahllosen Feiern, bietet Demipati ein buntes Programm für interessierte Altruisten. Mit dabei ist immer noch die Unterstützung für Kindergeburtstage. Darüber hinaus bieten die drei Spanierinnen aber auch Unterstützung bei sportlichen Veranstaltungen und bei Events von Unternehmen, die ihren Kunden und Kollegen einen sozialen Anlass zur Feier bieten wollen. Zuletzt unterstützte Demipati sogar die „Regata Sevilla-Betis Solidaria", die im November mit ihrer 48. Auflage an den Start ging. Die hier gesammelten Spenden gingen an die Organisation EDUCO mit deren „Becas Comedor" – einem Förderprogramm, das jungen Sevillanos eine gesunde Ernährung ermöglicht.

▶ *www.demipati.org*

Medienhype = Spendenhype?

Nazis sammeln mit einem unfreiwilligen Spendenlauf Geld gegen sich selbst

Die Aktion „Rechts gegen Rechts“ wirbelte im November Neonazis, das Netz und die Medien auf. Ein Naziaufmarsch in Wunsiedel (Oberfranken) wurde in einen Spendenlauf umfunktioniert. Mit jedem gelaufenen Meter sammelten die Rechtsextremen unfreiwillig Spenden für die Initiative Exit Deutschland, ein Projekt der ZDK Gesellschaft Demokratische Kultur gGmbH, die Rechtsextremen beim Ausstieg aus der Szene hilft.

Von JAN UEKERMANN

Medial war die Aktion ein großer Erfolg: Viele wichtige Medien berichteten, das YouTube-Video wurde in drei Tagen über eine Million Mal angeklickt, es wurde geteilt, geliked, retweetet. Allein in der Aktionswoche wurden laut den Monitoring-Experten von Caretelligence 1116 öffentlich zugängliche Erwähnungen gemessen. Auch international schlug die Aktion ein: Bei der Washington Post Online war der Artikel über drei Tage auf Platz 1 der „world most read“ Artikel, der Rolling Stone berichtete ebenso wie Russia Today oder das schwedische Fernsehen. In der deutschen Fundraising-Szene wurde schnell gefordert, die Aktion für den Deutschen Fundraising-Preis zu nominieren – wird sie diesen gewinnen, wird sie auch den internationalen Fundraising-Preis aus Holland mit nach Deutschland bringen.

Vom AIDA-Prinzip hat die Aktion also die Aufmerksamkeit und das Interesse definitiv geweckt. Doch konnte auch der Wunsch bei den Interessierten geweckt werden, helfen zu wollen? Wie viele Menschen haben eine Aktion – vielleicht sogar eine Spende – folgen lassen?

Für Fabian Wichmann von der ZDK, Mitinitiator des „Spendenlaufs“, sind die wirklichen Erfolge zwar andere als die Spenden, dennoch freut er sich: „Es werden wohl insgesamt fast 20 000 Euro an Spenden zusammenkommen – das ist toll, fast eine Verdoppelung.“ Aber auf die Frage, wie erfolgreich die Aktion wirklich war, berichtet er sogleich von Nachahmer-Aktionen in Meerbusch oder Weißenfels. Wichmann: „Wir wollten beispielhaft aufzeigen, welche Alternativen es im Umgang mit Demonstrationen von Rechten gibt. Das haben wir geschafft!“ Jetzt fragen immer mehr Kommunen und Gemeinden an, wie sie eine solche Aktion auch bei sich durchführen könnten.

„Rechts gegen Rechts“ wurde ein Erfolg wegen des Überraschungseffekts. Neben

den Organisatoren waren die Spender eingeweiht – allerdings nur sehr vage. „Wir konnten den potenziellen Unterstützern nur sagen, dass wir etwas vorhaben und dass es richtig gut wird. Mehr ging nicht, denn der Kreis der Eingeweihten musste sehr begrenzt bleiben." Es gab zwar eine kleine Informationsmappe, aber es wurde streng darauf geachtet und hingewiesen, dass die Aktion geheim bleiben müsse. Das hat letztendlich geklappt – auch weil entscheidende Telefonate auf dem Flur und nicht „öffentlich" im Großraumbüro geführt wurden.

Zeit hatten die Organisatoren sich kaum gegeben. Nachdem der „perfekte Naziaufmarsch" für diese Guerilla-Aktion identifiziert war –, Ort, Größe, Zeitpunkt, etc. – blieben nur knapp zwei Wochen, um eine Spendensumme zusammenzubekommen, die bei den Nazis und in der Öffentlichkeit einen Eindruck hinterlassen würde. So sollten es 10 000 Euro werden. Ein Großteil dieser Spenden wurde von Kleinunternehmen akquiriert, aber auch Bürgerinnen und Bürger aus Wunsiedel beteiligten sich. Die potenziellen Förderer wurden in persönlichen Netzwerken identifiziert und per E-Mail oder persönlich angesprochen. Nachdem über die Aktion dann öffentlich berichtet wurde, kamen noch einmal viele Privatspenden hinzu. Für Fabian Wichmann gab es zwei Kernpunkte, warum die Spendenakquise geklappt hat: die Beziehungen in und nach Wunsiedel sowie das Referenzprojekt von 2011. Damals ließ die ZDK ein Trojaner-T-Shirt bei einem Rechts-Rock-Festival verteilen, dessen Motiv zunächst der rechten Szene einzuordnen war und beim anschließenden Waschgang den wahren Slogan eröffnete: „Was Dein T-Shirt kann, kannst Du auch. Wir helfen dir, dich vom Rechtsextremismus zu lösen."

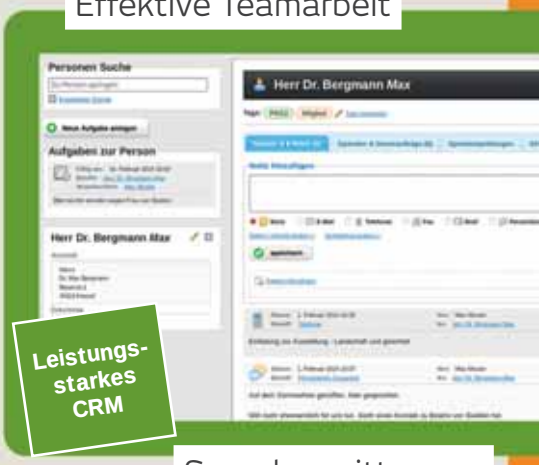
Mit dem gesammelten Geld können jetzt wieder die finanziellen Mittel beim Bund abgerufen werden, auf die Exit Deutschland für ihre Arbeit angewiesen ist. Das ist aber nur ein wichtiges, erreichtes Ziel. Fabian Wichmann führt aus: „Darüber hinaus wird die Mechanik hinter einem solchen Spendenlauf als Modell erkannt, mit dem man bei Nazi-Märschen arbeiten kann. Es ist eben der reziproke Schmerz für die Rechten, der es ausmacht. Sie erfahren ihre Selbstwirksamkeit und merken: Mein Handeln vor Ort erzeugt Konsequenzen."

Für das ZDK geht es jetzt darum, Strukturen zu schaffen. Fabian Wichmann und seine Kollegen wollen einen Katalog an Möglichkeiten erstellen, um diesen auch Dritten zugänglich zu machen. Damit sich viele Kommunen und Gemeinden auf Nazi-Märsche freuen können, bei denen die Nazis Spenden sammeln.

FUNDRAISINGBOX
Online-Software für Non-Profits

Einblick.
Durchblick.
Überblick.

Zentrales Adressbuch
Komplette Kommunikation
Effektive Teamarbeit



Spendenquittungen
Automatische Dankes-E-Mail
Beziehungsmanagement
Intuitive Aufgabenverwaltung
SEPA-Mandate

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.

Schlaraffenland für Gemeinnützige

ConnectingHelp – Deutschlands größter Spendenmarktplatz ist eröffnet

Mit dem Internet-Portal ConnectingHelp startet in Deutschland die umfangreichste Plattform für Gratis-Leistungen, vergünstigte Produkte und Dienstleistungen sowie Fördermöglichkeiten und Spenden.

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Anfang Dezember 2014 war es endlich so weit, die Beta-Version des neuen Spendenmarktplatzes für deutsche Non-Profit-Organisationen ging online. Betreiber ist die Haus des Stiftens gGmbH aus München, ein Sozialunternehmen, das ein Jahr zuvor aus der Stiftungszentrum.de Servicegesellschaft mbH entstanden ist und bereits seit sechs Jahren das erfolgreiche Portal Stifterhelfen.de betreibt.

Letzteres hatte sich in den vergangenen Jahren zu einer Erfolgsstory für den gemeinnützigen Sektor im deutschsprachigen Raum entwickelt und soll weiterhin eigenständig fortbestehen. „Wir werden das IT-Spendenportal definitiv weiter ausbauen und den Fokus des Portals Richtung IT schärfen", bestätigt Clemens Frede, Leiter Programmentwicklung bei der Haus des Stiftens gGmbH. So sollen weitere IT-Stifter, mehr Webinare und Fachartikel rund um IT in Non-Profit-Organisationen sowie mehr Support und Service dazukommen. Am meisten nachgefragt wurden bisher vergünstigte Office-Produkte, Sicherheitssoftware, Grafiksoftware und generalüberholte Hardware aus dem Programm „Hardware wie Neu".

„Am Anfang konnten viele gar nicht glauben, dass ihnen Unternehmen IT-Produkte spenden und dass sie das alles zentral auf einem Portal bekommen", erinnert sich Frede und sieht das Portal Stifter helfen als die zentrale Anlaufstelle für IT-Spenden im gemeinnützigen Sektor an. Auch in Österreich und der Schweiz gibt es die Plattform. Die 25 000 bisher dort registrierten Non-Profit-Organisationen werden nach einer Verifizierung automatisch Zugang zu der neuen Spendenplattform ConnectingHelp erhalten.

Diese neue Plattform soll noch wesentlich umfangreichere Angebote für gemeinnützige Organisationen bieten. Neben der bekannten Rubrik IT-Spenden gibt es die Rubriken Geld, Produkte, Know-how und vieles mehr. Bei Geld gibt es beispielsweise aktuelle Ausschreibungen von Stiftungen, bei Produkten reicht die Palette von Pflegeartikeln bis hin zur Bohrmaschine, und bei Know-how bieten die Betreiber mit Partnern Webinare oder Pro-bono-Dienstleistungen zu unterschiedlichen Themen an. „Vorteil von ConnectingHelp ist der zentrale Zugang zu sehr vielen Förderangeboten in Deutschland – auf einer Plattform und ohne Rechercheaufwand", bringt es Frede auf den Punkt. Non-Profits müssen sich dazu nur einmalig registrieren und haben dann Zugang zu den verschiedenen Angeboten. Besonders hervorgehoben wird von den Machern, dass die Unternehmen und Stiftungen ihre Leistungen oder Produkte als Spende bereitstellen. „Dabei freuen wir uns besonders über Partnerschaften mit den gemeinnützigen Sozialunternehmen innatura und Proboneo, mit denen wir gemeinsam den gemeinnützigen Sektor umfassend unterstützen wollen."

Auf die Ziele angesprochen, ist Clemens Frede optimistisch: „Wir hoffen, bis 2020 100 000 Non-Profit-Organisationen durch einen zentralen Zugang zu ConnectingHelp regelmäßig unterstützen zu können." Darüber hinaus können auch weitere Unternehmen und Stiftungen ihre gesellschaftlichen Engagements auf dem Spendenmarktplatz verwirklichen.

Wir sind dabei

Das Fundraiser-Magazin unterstützt ebenfalls ConnectingHelp. Über die Plattform werden monatlich fünf kostenfreie Jahresabonnements verlost, und auch für unsere Fundraisingtage wird es Freikarten geben.

> *www.connectinghelp.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

Köpfe & Karrieren

Botschafter für Kinderdorf

Seit November 2014 ist **Elmar Mai** Botschafter für das Kinderdorf von nuestros pequeños hermanos (nph) in der Dominikanischen Republik. Damit wird er zum Fürsprecher von 232 Mädchen und Jungen, die knapp 100 Kilometer südöstlich der Hauptstadt Santo Domingo im nph-Kinderdorf in San Pedro de Macoris leben. Der Diplom-Biologe Elmar Mai ist Buchautor, Filmemacher und Reiseleiter für Naturreisen. „Die Kinderhilfsorganisation nph leistet genau dort nachhaltige und transparente Hilfe zur Selbsthilfe, wo sie am notwendigsten ist", begründet Elmar Mai sein soziales Engagement.

Wissenschaftlicher Ko-Direktor

Der Vorstand der Maecenata Stiftung hat Dr. sc. **Eckhard Priller** zum wissenschaftlichen Ko-Direktor des Maecenata Instituts berufen. Es kann damit seine Forschungskompetenz wesentlich verstärken. Der studierte Soziologe und Ökonom befasst sich vor allem mit empirischer Forschung zur Zivilgesellschaft und zum bürgerschaftlichen Engagement. Von 2008 bis 2014 leitete er die Projektgruppe Zivilengagement am Wissenschaftszentrum Berlin, die unter anderem 2009 den „Bericht zur Lage und zu den Perspektiven des bürgerschaftlichen Engagements in Deutschland" erstellt hat.

Öffentlichkeitsarbeit

Hephata Diakonie

Fundraiser/in

Hephata Diakonie setzt sich seit 1901 für Menschen mit Behinderungen und für Menschen in schwierigen Lebenslagen ein. Dies tun wir an mehr als 50 Standorten in Hessen und in angrenzenden Bundesländern. An unserem Stammsitz in Schwalmstadt-Treysa sind wir zudem Bildungsträger und Betreiber einer Klinik.

Der Zentralbereich Öffentlichkeitsarbeit innerhalb der Hephata Diakonie koordiniert die interne und externe Unternehmenskommunikation und ist unter anderem Herausgeber von Print- und Digital-Medien sowie Organisator mehrerer Großveranstaltungen. Zu unserem Aufgabenbereich gehört zudem das Spendenmarketing, wofür wir **zum 1. April 2015 eine/n Fundraiser/in** mit entsprechender (Zusatz-)Qualifikation sowie einem Abschluss in Kommunikations- / PR-Management suchen.

Die Aufgaben umfassen:
- Konzeption und Umsetzung von Maßnahmen zur Neuspendergewinnung
- Entwicklung von Strategien zur Spenderbindung / professionelle Kontaktpflege
- Spendenverwaltung und -auswertung
- Unterstützung des Teams der Öffentlichkeitsarbeit in anderen PR-Arbeitsfeldern

Unsere Erwartungen:
- Konzeptionsstärke
- Sicheres Texten für verschiedene Medien
- Organisatorisches und kreatives Geschick

Sie haben in diesem Bereich eine fundierte Ausbildung und im Idealfall bereits erste Berufserfahrung? **Dann bewerben Sie sich jetzt unter www.bewerbung.hephata.com.** Die Mitgliedschaft in einer christlichen Kirche (ACK) ist Voraussetzung. Schwerbehinderte werden bei gleicher fachlicher und persönlicher Eignung bevorzugt berücksichtigt. **Für weitere Informationen steht Johannes Fuhr, Leiter der Öffentlichkeitsarbeit, unter 06691 18-1102 oder per Mail an johannes.fuhr@hephata.de zur Verfügung.**

Terre des hommes ordnet sich neu

Das größte Schweizer Kinderhilfswerk hat seine Sektoren für Stiftungen, Kantone und Städte sowie für Major Donor und Nachlass vereint. Leiter des neuen Bereichs Philanthropie ist Dipl.-Betriebsökonom **Vincent Maunoury**. Ihm unterstehen insgesamt sechs Mitarbeiter, die gemäß Jahresbericht etwa 20 Prozent der gesamten Einnahmen der Organisation mit Hauptsitz in Lausanne erwirtschaften.

Neuer Vorsitz bei der Telekom Stiftung

Der ehemalige Stuttgarter Oberbürgermeister **Wolfgang Schuster** ist neuer Vorsitzender der gemeinnützigen Deutschen Telekom Stiftung in Bonn. Er wurde vom Kuratorium der Stiftung zum 1. Januar 2015 auf den Posten berufen. Er tritt die Nachfolge des ehemaligen Bundesministers Klaus Kinkel an, der die Stiftung seit deren Gründung im Jahr 2003 geleitet hatte. Schuster war ab 1997 Oberbürgermeister von Stuttgart, verzichtete aber bei der Wahl 2012 auf eine weitere Kandidatur.

Verstärkung bei RaiseNow

„Großspenden- und digitales Fundraising sind die zwei wichtigsten Bereiche der Fundraising-Zukunft", sagt **Jan Uekermann**, Fundraiser, Mitgründer vom Major Giving Institute, Autor, Blogger und Speaker. Seit dem 1. Dezember ist der 33-Jährige auch mit einem 50-Prozent-Pensum bei RaiseNow in Zürich tätig. Die Plattform von der getunik ag unterstützt Fundraiser in allen Bereichen des Online-Fundraisings. Seine Aufgaben beschreibt Uekermann so: „Ich kümmere mich um Community, Relationships und Happiness."

Ein Leben für den Schutz der Flüsse

Der WWF Österreich gratuliert dem Umweltschützer **Ulrich Eichelmann** zum renommierten europäischen Umweltpreis, dem „Großen Bindingpreis für Natur- und Umweltschutz". Eichelmann setzt sich seit Jahrzehnten für den Schutz der Flüsse nicht nur in Österreich, sondern in ganz Europa ein. Der Preisträger arbeitete von 1991 bis 2007 beim WWF und leitete dort mehrere Kampagnen. Derzeit koordiniert Eichelmann ein Projekt zum Schutz der Balkanflüsse. Der Preis ist mit 50 000 Schweizer Franken dotiert.

Neuausrichtung bei Paraplegiker-Stiftung

Die Schweizer Paraplegiker-Stiftung hat beschlossen, ihre Fundraising-Aktivitäten zu intensivieren. Deshalb ist **Martin Gubser** seit Januar 2015 neuer Leiter Gönnermarketing und Fundraising. Die Gönnervereinigung verfügt über rund 1,8 Millionen Mitglieder, deren Beiträge die stetig steigenden Ausgaben für eine qualifizierte Behandlung und lebenslange Begleitung von Querschnittsgelähmten mit ermöglichen. Martin Gubser arbeitet seit 20 Jahren im Fundraising.

Neuer Geschäftsführer bei der Hertie-Stiftung

John-Philip Hammersen ist seit Oktober 2014 Geschäftsführer der Hertie-Stiftung. Er verantwortet die Kommunikation, nichtkaufmännische IT, das Berliner Büro, Personal und das Alumni-Programm „fellows and friends". Zuvor war Hammersen Pressesprecher der Bundesagentur für Arbeit und freiberuflicher Medienberater.

Fundraiser wird Geschäftsführer

Andreas Ramacher ist der neue Geschäftsführer der Dietrich Grönemeyer Stiftung. Sie gewinnt damit nicht nur eine neue Führung, sondern auch einen erfahrenen Fundraiser, der vorher als Leiter Fundraising bei der Kaiserwerther Diakonie und beim Christlichen Jugenddorfwerk Deutschlands e. V. im Ruhrgebiet arbeitete. „Ich freue mich sehr auf die neue Aufgabe", teilt er mit.

Ideen und Begeisterung

Der neue Fundraiser im Kirchenkreis Melle-Georgsmarienhütte ist **Johannes Schrader**. Der 37-Jährige trat die Nachfolge von Gustav Kriener an. „Ich möchte alle 21 Gemeinden im Kirchenkreis bei ihren Ideen unterstützen, neue einbringen und ihre Begeisterung aufnehmen", so Schrader. Der gebürtige Oldenburger studierte Jura in Berlin, machte eine Ausbildung zum Fundraiser und arbeitete in gemeinnützigen Organisationen und als Stiftungsreferent.

Reporterin stärkt Integration

Felicia Mutterer leitet seit Mitte des Jahres die Kommunikation bei der Deutschlandstiftung Integration. Die 34-Jährige wuchs im Schwarzwald auf und studierte in Düsseldorf Medien-und Kommunikationswissenschaft, Politik und Soziologie. Als Journalistin arbeitete sie elf Jahre lang als Moderatorin und Reporterin für den Südwestdeutschen Rundfunk und den Rundfunk Berlin-Brandenburg.

Selbst ist der Mann

Peter Liebe schied zum Jahreswechsel als Leiter der Abteilung Presse und Information bei der Christoffel-Blindenmission (CBM) in Bensheim aus. Der 51-Jährige wird künftig als selbstständiger PR-Berater tätig sein. Wie seine Nachfolge geregelt wird, steht noch nicht fest. Bevor er im Jahr 2013 zur Blindenmission kam, war er zwei Jahre lang Leiter des Fachbereichs Presse und Kommunikation der Stadt Mannheim.

Alleinige Leitung der snv

Anna Wohlfarth leitet seit November 2014 als geschäftsführender Vorstand den Berliner Thinktank „stiftung neue verantwortung" (snv). In einer Doppelspitze war sie gemeinsam mit Philipp Scharff bereits seit 2013 mit der Leitung betraut. Mit dem Ausscheiden Scharffs hat Wohlfarth seit November die alleinige Geschäftsführung inne.

Neues Gesicht für Großspender

Terre des hommes Schweiz verstärkt den Bereich Philanthropie in der Deutschschweiz. In der Geschäftsstelle Zürich engagiert sich seit September **Amila Basic** und ist dort für die Betreuung der Großspender und Stiftungen zuständig. Die Betriebsökonomin (FH) aus dem Baselland bringt Erfahrung aus der Tourismus- sowie der allgemeinen Dienstleistungsbranche mit.

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

Institut für Kommunikation in sozialen Medien
ikosom UG

ikosom forscht seit 5 Jahren zum Thema Crowdfunding, hat zahlreiche Studien zu dem Thema herausgebracht und viele Unternehmen, Projekte, NGOs und politische Organisationen bei Crowdfunding-Kampagnen beraten. Ebenso sind wir vertreten im European Crowdfunding Stakeholder Forum in Brüssel und gründeten das German Crowdfunding Network.

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

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

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

AKB Fundraisingberatung
Arne Kasten

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

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

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

micropayment GmbH
Die micropayment™ GmbH ist einer der führenden Zahlungsanbieter im Internet. Das Unternehmen bietet umfangreiche Zahlungs- und Verwaltungssysteme zur Abrechnung von Onlinespenden an. Die Transaktionen werden über ein eigenes Rechenzentrum abgewickelt.

Scharnweberstraße 69 · 12587 Berlin
Telefon: +49 (0)30 3000770
Telefax: +49 (0)30 3000771
fundraising@micropayment.de
www.micropayment.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

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

SPENDEN-MÜNZEN • PINS • BUTTONS

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

---

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

---

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

PLZ-Bereich 3

Wir sagen Danke
10 Jahre adfinitas.
adfinitas
RELATIONSHIP FUNDRAISING

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

---

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

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

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

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

Wir machen
Ihre Post.
Erwarten Sie mehr.
postcon

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
OpenHearts unterstützt alle zentralen Abläufe großer und kleiner Non-Profit-Organisationen einfach und effizient. Unsere Kunden schätzen neben dem umfassenden Funktionsumfang unserer Standardsoftware besonders das gute Preis-Leistungs-Verhältnis und den kompetenten und freundlichen Service unserer Hotline.
Zu unseren Anwendern gehören namhafte Verbände, Vereine und Stiftungen aus Tier- und Umweltschutz, Förderung von Kindern und Familie, Entwicklungshilfe, kirchlichem Umfeld sowie Hospize und Krankenhäuser, Universitäten und andere Bildungseinrichtungen.

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

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

---

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

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

HP-FundConsult – Brücke zwischen Profit und Non-Profit
Partner und Bindeglied zwischen gemeinnützigen Organisationen, Wirtschaftsunternehmen und Privatpersonen
Kompetenter Partner bei Fundraising- und CSR-Prozessen für Non-Profit- und Profit-Kunden. Beratung bei Entwicklung, Aufbau und Umsetzung von nachhaltigem Fundraising und gesellschaftlichem Engagement. Integration in unternehmerisches Kerngeschäft. Verbindung von Wert und Werten. Lösung von Zielkonflikten zwischen Ökonomie, Ökologie und Gesellschaft.

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

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

Ihr Unternehmen
fehlt hier noch?
Gleich eintragen unter:
fundraising-dienstleister.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
Experts for Strategic and International Fundraising
Wir helfen NPOs weltweit, ihre Projekte zu finanzieren. Als Ihr Partner und Dienstleister akquirieren wir zusammen mit Ihnen und in Ihrem Auftrag, diejenigen Ressourcen, die Sie benötigen, um die Welt zu einem besseren Ort zu machen.
Beratungsfelder: *Strategische Fundraising-Planung | Internationales Fundraising | EU-Förderung | Fundraising-Starterpaket | Großspenden | Stiftungen | Sponsoring | Philanthropie in China*

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

Kensik.com Datenanalysen.
Dipl.-Psy ch. Andreas Kensik
Seit 20 Jahren Analysespezialist und unabhängiger Berater im Fundraising und Dialogmarketing
- *Spenderanalysen und -profile: Gewinnung, Bindung, Segmentierung, Reaktivierung*
- *Spenderbefragung und Motivforschung*
- *Strategische Fundraisingkonzepte*
- *Softwareentwicklung & Schulung: Interaktive Datenanalysen mit SPSS, Qlik, Excel*
- *FundraiseAnalyser*

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

Andreas Berg
Analyse · Beratung · Strategie
Als unabhängiger Berater mit 16 Jahren Fundraising-Erfahrung stehe ich NPOs zur Seite mit
- *Spenderanalysen,*
- *Fundraising-Audits,*
- *Marktforschung,*
- *Strategieberatung und*
- *Database-Fundraising*

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

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

Ihr Gefühl sagt Ihnen,
es müsste mehr drin sein?
Sprechen Sie über Ihre Gefühle.
Mit uns.
Pdirekt
GmbH & Co. KG

P Direkt GmbH & Co. KG
So gut fühlt sich 100 % Mailing-Erfolg an.
Sie schätzen einen maximalen Return für Ihr Budget? Und pragmatische Lösungen für zuverlässige Kampagnen-Erfolge?
Dann sind wir Ihr ***Fullservice-Partner:***
- *Top-Know-how aus über 3.500 Kampagnen und über 30 Jahren Fundraising-Praxis*
- *Punktgenaue Zielgruppen-Konzepte*
- *Effiziente Neuspendergewinnung*
- *Emergency-Mailings: „Go" + 24 h => Streuung*
- *Adressenberatung/Listbroking*
- *Scoring Fremd-/Eigenadressen*
- *Produktion und Lettershop*

P Direkt: 100 % Mailing-Erfolg für Sie!

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 cee 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

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

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

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

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

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

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

1/2015

Eine Orange? Der Schweizerische Blinden- und Sehbehindertenverband (SBV) hat gemeinsam mit der cR Werbeagentur AG eine Kampagne gestartet. Mit Leuchtplakaten und einem TV-Spot soll auf die alltäglichen Herausforderungen aufmerksam gemacht werden, mit denen Sehbehinderte konfrontiert sind, beispielsweise die Frage, ob es sich bei obiger Frucht etwa um eine Kaki oder eine Orange handelt. Zusätzlich zu den Plakaten und zum Spot hat der SBV auch eine sehbehindertengerechte Kampagnenseite eingerichtet. Damit will er darauf hinweisen, dass er nicht nur für blinde, sondern auch für sehbehinderte Menschen Unterstützung anbietet. ► *www.crbasel.ch*

GRÜN übernimmt SPENDINO

Die GRÜN Software AG hat 100 Prozent der spendino GmbH erworben. Gemeinsam mit dem Partner für Online-Fundraising-Tools profitiert GRÜN von 31 Jahren Erfahrung und dem Know-how aus 1,5 Milliarden Euro Spenden pro Jahr. Im Zuge der Übernahme wird die spendino GmbH in GRÜN spendino umbenannt. Mit der Übernahme der spendino GmbH aus Berlin will die Aachener GRÜN Software AG ihren Standort und die Entwicklung in der deutschen Hauptstadt weiter ausbauen. Das von spendino angebotene Software-as-a-Service-Produkt bietet verschiedene internetbasierte Tools für Spendenorganisationen. Dazu gehören Online-Spendenformulare, SMS-Spenden-Optionen, eine Spendenverwaltung sowie der Abwicklungsservice des Zahlungsverkehrs.

► *www.gruen.net*

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

Domain .ngo mit Spendenformular und Datenbank

Public Interest Registry (PIR) bietet ab 2015 die Domainendungen .ngo und .ong für Nichtregierungsorganisationen an. Zugelassen werden lediglich Organisationen, die als solche verifiziert wurden. In Deutschland soll hierfür beispielsweise der Nachweis der Gemeinnützigkeit dienen. Mit dem Erwerb eines .ngo-Domainnamens bietet PIR den Organisationen auch Zugriff auf ein Spendentool sowie auf ein Online-Verzeichnis. Das komplette Produkt trägt den Namen „OnGood".

► *www.globalngo.org*

Schweiz: Digital Marketing Awards

Die IAB Switzerland Association, die sich selbst als Vertreterin der digitalen Branche in der Schweiz sieht, hat zum fünften Mal die Digital Marketing Awards verliehen. Zum „Digital Marketer of the Year" haben die IAB Fokusgruppen, Fachkreise und Ressorts das Schweizerische Newsportal Watson gewählt. Bea Knecht, Gründerin und Verwalterin des 2006 gegründeten Internet-TV-Anbieters Zattoo, wurde mit dem „Digital Lifetime Award" ausgezeichnet.

► *www.iab-switzerland.ch*

„#" ist das Wort des Jahres!

Das Schweizer Wort des Jahres 2014 ist kein Wort im eigentlichen Sinne, sondern ein Zeichen: „#". Die Raute, in sozialen Medien auch als Hashtag bezeichnet, wurde von einer Jury unter der Leitung von Radio SRF 3 unter über 1 000 Vorschlägen ausgewählt. Das „Unwort des Jahres" lautet „Dichtestress". Die Begründung der Jury: „Wer gleichsam einen Gartenhag um unser Land errichten möchte und in der beschaulichen Schweiz über ‚Dichtestress' klage, habe noch nie solchen erlebt." Gartenhag bezeichnet im Schweizerischen sowohl einen Holzlattenzaun als auch einen Hashtag.

► *www.srf.ch/radio-srf-3*

MISEREOR setzt auf PayPal QRShopping

Die Hilfsorganisation MISEREOR arbeitet in diesem Jahr erstmalig mit einer Spendenmöglichkeit via PayPal QRShopping. Über das Scannen eines QR-Codes von einem Informationsflyer können Leser in wenigen Schritten mit dem Smartphone einen Wunschbetrag für blinde und sehbehinderte Kinder in Ruanda spenden. PayPal QRShopping basiert auf einer von der SMF KG in Dortmund entwickelten Technologie. Das Verfahren wurde unter anderem mit dem Westfälischen IT-Preis ausgezeichnet. Entwickelt wurde es von der Firma SMF aus Stuttgart.

► *www.enjoyqr.de*

Charity-Shopping für D-A-CH

Die deutsch-österreichische Charity-Shopping Plattform Shop plus plus hat zum Januar 2015 den Schweizer Marktführer benecklick.ch übernommen und in das eigene Angebot shopplusplus.ch integriert. Damit steht den Unterstützern von Schweizer Hilfswerken wie dem Roten Kreuz und der Aids-Hilfe nun eine Charity-Shopping-Plattform mit über 3000 Partner-Shops, darunter auch etliche Schweizer Anbieter, zur Verfügung. Mit diesem Schritt will Shop plus plus im gesamten deutschen Sprachraum eine einheitliche Plattform anbieten, die auf regionale Shopping-Vorlieben Rücksicht nimmt.

► *www.shopplusplus.ch*

Ausgezeichnet

Das Europäische Parlament hat fünf Projekte und Bürger aus Deutschland mit dem Europäischen Bürgerpreis ausgezeichnet: die Europäische Gesellschaft für Politik, Kultur, Soziales e.V. Diaphania, Werner Hohlbein für das Projekt „Wir sitzen alle in einem Boot für mehr Toleranz", Erika Körner-Metz und Gisela Berninger für das Projekt „Panta Rhei – Komm mit", den Verein Demokratisches Ostvorpommern – Verein für politische Kultur sowie Marianne Lück für ihr Engagement, Jugendliche im Rahmen eines europaweiten Austauschprogramms zusammenzubringen. ► *www.europa.eu*

Bürger für Bäume

Pfingsten 2014 fielen dem Sturmtief „Ela" tausende Bäume im Raum Düsseldorf zum Opfer. Die Wiederaufforstung soll durch Spenden der Bürger finanziert werden. Hierfür werben die Stadt Düsseldorf und deren Oberbürgermeister Thomas Geisel mit verschiedenen Plakatmotiven und dem Slogan „Mit Düsseldorf verwurzelt". Realisiert wurde die Kampagne von der Agentur Com Convers aus Düsseldorf. Abgebildet sind Düsseldorfer Berühmtheiten wie Campino von den Toten Hosen („Ich spende, weil: ohne Bäume, tote Hose.") oder das Tanzmariechen Nicole Seeman. Der große Erfolg: Mehr als 1,2 Millionen Euro kamen bereits zusammen.

► *www.comconvers.com*

► *www.düsseldorf.de*

Der Gewinner heißt „Hoffnungsschimmer in der Zerstörung". Beim PR-Bild Award 2014 hat die Kindernothilfe diese Auszeichnung in der Kategorie „NGO-Foto" gewonnen. Verliehen wird der Preis von der dpa-Tochter news aktuell in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Die Aufnahme entstand auf den Philippinen kurz nach dem Taifun Haiyan. „Sie zeigt eindrucksvoll einen Hoffnungsschimmer inmitten der Zerstörung", urteilte die Jury in ihrer Vorauswahl. Bei der öffentlichen Abstimmung zählte news aktuell rund 20 000 Teilnehmer. ► *www.newsaktuell.de*

DRK entscheidet sich für adfinitas

Die Agentur adfinitas aus Hannover hat sich im Pitch des Deutschen Roten Kreuzes (DRK) durchgesetzt und verantwortet nun seit Jahresbeginn den Direkt-Marketing-Etat des DRK-Generalsekretariates. „Die Anfrage des DRK-Generalsekretariates war von Anfang an eine große und spannende Herausforderung, die wir sehr gern angenommen haben. Schlussendlich konnten wir mit unserer Erfahrung, unseren Ideen und unserer umfassenden Marktkenntnis überzeugen. Nun freuen wir uns darauf, unsere gesamte Fundraising-Expertise in die Waagschale zu werfen und gemeinsam mit dem DRK kreatives, intelligentes und vor allem erfolgreiches Fundraising in die Tat umzusetzen." Die neuen, spannenden Herausforderungen haben auch teamintern Folgen: Parallel zur Erweiterung des Portfolios stellt sich adfinitas zukünftig bei der Anzahl seiner Fundraising-Experten noch breiter auf. ► *www.adfinitas.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

„Wir müssen Voraussetzungen schaffen, dass wir uns weiterentwickeln können“

Der österreichische Bund gemeinnütziger Stiftungen hat sich im Oktober der Öffentlichkeit vorgestellt. Sein oberstes Ziel: Die Förderung des gemeinnützigen Stiftungswesens in Österreich. Dr. Harald Katzmair, Netzwerkforscher und Präsident des österreichischen Stiftungsbundes, erläutert im Interview mit dem Fundraiser-Magazin die Hintergründe.

? Warum braucht Österreich einen Stiftungsbund und was sind dessen Ziele?

Es gibt in Österreich eine lange Tradition zivilgesellschaftlichen Handelns. Wir haben auch erfolgreiche Einrichtungen, die seit Langem im sozialen Bereich und im Bereich Umwelt etabliert sind. Es mangelt also nicht an zivilgesellschaftlichen Einrichtungen.

Das Problem ist im Vergleich zur Schweiz oder zu Deutschland, dass die Mittel, die durch Privatspenden oder gemeinnütziges Stiften in den gesellschaftlichen Bereich fließen, deutlich geringer sind. Es benötigt aber insbesondere Ressourcen, damit Neues wachsen kann. Umgekehrt gibt es auch genug Kapital, das eigentlich nur aktiviert werden muss. Das zu ermöglichen, ist eines der Anliegen des Stiftungsbundes.

? Und wo genau liegt das Problem?

Es ist eine strukturelle Angelegenheit hier in Österreich: Wir haben eine sehr starke und erfolgreiche Sozialpartnerschaft zwischen den Vertretern der Wirtschaft und den Vertretern der Kammern, in der die Zivilgesellschaft oft außen vor ist. Die Zivilgesellschaft wird zwar gelegentlich eingebunden, steht strukturell aber ein bisschen am Rande. Aus netzwerkanalytischer Perspektive ist es für Innovationsprozesse notwendig, möglichst unterschiedliche Perspektiven zu haben. Zivilgesellschaftliche Organisationen schauen mit einem anderen Blick auf die Welt als Arbeitgeber-Organisationen, die Wirtschaft oder der Staat. Die Perspektive der Zivilgesellschaft ist also in vielerlei Hinsicht erfrischend und wird dringend für die Herausforderungen benötigt, die auf uns zukommen.

? Welche Herausforderungen sind das?

Wir haben viele Veränderungen, die aus der digitalen Revolution hervorgehen und die derzeit unter dem Stichwort „Industrie 4.0“ diskutiert werden. Um die anstehenden großen Veränderungen aktiv zu navigieren, müssen wir alle Mittel – inklusive aller Klugheit und Leidenschaft – einbringen.

? Und die derzeit genutzten Mittel reichen nicht aus?

Die Zahlen, Daten und Fakten sprechen eine eindeutige Sprache. Beschämend ist vor allem, dass wir pro Jahr gerade einmal 20 bis 25 Millionen Euro gemeinnützig ausschütten. In Deutschland sind es 15 Milliarden und in der Schweiz 1,2 Milliarden.

Diese Mittel sind Teil des gesellschaftlichen Innovationssystems. Ich selbst habe lange in den USA gelebt und gearbeitet. Ich hatte dort viel mit Stiftungen zu tun und hautnah erfahren, dass sie äußerst wichtig sind für die Umsetzung neuer Ideen.

? Auch in Österreich?

Wenn in Österreich jemand eine Innovation anstrebt, gibt es nur sehr wenige Stellen, an die sich diese Person wenden kann. Wenn die Idee bei diesen Akteuren nicht gut ankommt, ist es vorbei mit ihr. Überall dort, wo es ein ausgeprägtes Stiftungswesen gibt und wo die Stiftungen auch ein Interesse

daran haben, sich ein Profil zu erarbeiten, können sie auch in Bereiche gehen, in die der Staat oder ein Unternehmen niemals gehen würden. Das heißt, sie fördern Bereiche, die oft riskanter sind oder eben unorthodox wirken. Darin besteht die besondere Rolle der Stiftungen. Wenn in Österreich 1,2 Milliarden an gemeinnützigen Geldern – so viel wie in der Schweiz – ausgeschüttet werden, würden etliche Projekte und Initiativen außerhalb der bestehenden Förderschienen genährt.

Wir konnten gerade mit einer Studie etwa 1500 „Changemaker" identifizieren. Die engagieren sich unter anderem für Bildung, Integration und erneuerbare Energien. Deren aller Problem ist ähnlich: Es fehlt das Kapital, das sich gemeinsam mit diesen Initiativen entwickelt.

? Wie wollen Sie mit dem Stiftungsbund Österreich darauf reagieren?

Unser erstes Ziel ist ganz klassisch: Wir müssen ein Bewusstsein dafür entwickeln, wie wichtig dieser Sektor eigentlich ist. Wir haben in Österreich fast nur eigennützige Stiftungen. Der Begriff klingt schon nicht sonderlich sympathisch, und wer an Stiftungen denkt, denkt an reiche Menschen, die ihren mehr oder weniger legal erwirtschafteten Reichtum irgendwo legal vor dem Steuerzahler verstecken. Das ist eine schlechte Perzeption, und daran muss dringend etwas geändert werden. Wir müssen ein Bewusstsein dafür schaffen, dass die Erneuerungsfähigkeit und die Entwicklungsfähigkeit, quasi das Substrat, aus dem die Gesellschaft wächst, durch eine Aktivierung der Stiftungslandschaft verbessert wird. Wir müssen in die Grundbedingungen investieren und Voraussetzungen dafür schaffen, dass wir uns weiterentwickeln können.

? Ist das nicht eine Aufgabe des Staates?

Es geht nicht um die Substitution von staatlicher Verantwortung und Förderung, sondern um die Frage, ob wir vorhandenes Kapital sinnvoll in Investitionskapital umwandeln können. Umwandeln in die Grundlagen unserer Entwicklungs- und Lernfähigkeit und in unsere Fähigkeit dazu, mit Herausforderungen umzugehen.

? Was braucht es, um das österreichische Sitftungswesen hierzu zu bewegen?

Ein funktionierendes Netzwerk. Wir müssen die Stiftungen untereinander verbinden und mit jenen Gruppierungen zusammenbringen, die Ideen haben. Es geht also sowohl um die horizontale als auch um die vertikale Netzwerkbildung.

„Die Perspektive der Zivilgesellschaft wird dringend für die Herausforderungen benötigt, die auf uns zukommen"

Dafür benötigt es auch bestimmte Dienstleistungen, Möglichkeiten zur Aus- und Weiterbildung sowie Berater. Es gibt Inseln und Bruchstücke, aber wir müssen ein Netzwerk schaffen. Im Bankenbereich haben wir bereits spannende Partner, die ihren Kunden den Service anbieten würden, eigennützige Stiftungen zu Teilen in gemeinnützige Aktivitäten umzuwandeln. Das bedeutet aber nicht, dass es auf der einen Seite die „bösen eigennützigen" und auf der anderen Seite die „guten gemeinnützigen" Stiftungen gibt. Es sind zum Teil ja sogar dieselben Personen, die dahinterstehen. Darüber hinaus gibt es schon genug Polarisierungen und toxische Energien. Das Engagement im Stiftungsbund ist also nicht im Sinne eines „entweder oder", sondern im Sinne eines „sowohl als auch".

? Und Sie denken, dass dafür nur ein neues Netzwerk nötig ist?

Vor allem müssen wir auch das Narrativ dazu entwickeln. Momentan ist das Thema zum einen ideologisch aufgeladen, und zum andern ist es verzopft. Es gilt eine frische und neue Sprache zu entwickeln zu dem, was wir eigentlich tun, damit wir aus dem bisherigen Fahrwasser rauskommen. Wir müssen die Kritik hinter uns lassen, dass irgendwelche reichen Menschen in Stiftungen ihre Eitelkeit vom Staat subventioniert bekommen, wenn wir für Stiftungen steuerliche Vorteile schaffen. Wir müssen die dazu geführte Diskussion sachlicher machen und aus dem Ressentiment herauskommen.

? Welche Rolle soll der Stiftungsbund Österreich dabei spielen?

Er muss strikt parteiunabhängig oder parteiübergreifend sein. Ich bin gerade dabei, aus den unterschiedlichsten politischen Lagern und Segmenten Österreichs Leute in den Vorstand zu bringen, damit diese Aktion buchstäblich aus der Mitte der Gesellschaft stammt. Das ist mir ein wesentliches Anliegen.

Netzwerke entstehen auch immer durch ein gemeinsames Anliegen verschiedener Akteure. Sie benötigen auch eine Form der Zyklizität, also der Regelmäßigkeit. Zuletzt benötigen sie auch eine Form der Komplementarität, was bedeutet, dass möglichst verschiedene und einander ergänzende Teile in ihnen aktiv sind.

Das sind die drei Erfolgsfaktoren: Das Anliegen muss formuliert werden, und es benötigt eine Sprache, es müssen bestimmte Zyklen und Taktungen in Form von Events und Publikationen oder Treffen mit einer Regelmäßigkeit entstehen. Die Komplementarität bezieht sich auf die Unterschiedlichkeit der Akteure, dass es nicht eine Gruppe ist, die ein bestimmtes Sinus-Milieu repräsentiert, sondern dass das von den Rollen, Typen und Charakteren her breit aufgestellt ist. Dass, was uns alle verbindet, ist dann die Investition in den Nährboden, der das Ganze trägt. Es ist eine Investition in das Ganze.

► *www.stiftungsbund.at*

Leser-Post & Leser-Postings

Absolut wunderbare Grafik

Zu „Das Online-Fundraising-Universum“
Fundraiser-Magazin 6/2014, Seite 16

Es ist ein tolles Magazin. Wir haben bereits gleich nach Erhalt der Abo-Lieferung in all unseren Social Media Präsenzen die absolut wunderbare Grafik des „Online-Fundraising-Universums“ geteilt. Natürlich haben Sie vollkommen Recht: Eine Anzeige würde uns durchaus weiterbringen und – noch viel wichtiger – Ihnen die Unterstützung zuführen, die Sie mehr als verdienen.

C.T.

spendenbuch.ch @spendenbuch.ch
spendenbuch.ch ist Teil des Online-Fundraising-Universums! Danke @fundraiser_mag! #spenden

Kampaweb GmbH, @kampaweb
#kampatools ist jetzt im Fundraising-Universum angekommen :-) Danke @fundraiser_mag

„Oldie-Interview“ für Fortgeschrittene

Zum Interview mit Marion Allford, Fundraiser-Magazin 6/2014, Seite 10 – sowie zum Magazin allgemein

Bester Beitrag für Fortgeschrittene in der aktuellen Ausgabe des Fundraiser-Magazin, das alle Mitglieder erhalten: das Oldie-Interview. Marion Allford empfiehlt den FundraiserInnen z. B: „Anstatt fordernd zu sein, müssen Sie eher bestimmt sein und dennoch sensibel für die Bedürfnisse der Spender und Ihrer Organisation. Sie benötigen auch die richtige Strategie und müssen herausragende Anführer rekrutieren. Das sind wesentliche Erfolgsfaktoren.“ Oder: „Die Menschen lieben es, Erfolg zu unterstützen.“ Im Heft auf den Seiten 10 – 12!

Swissfundraising via Facebook

Herzlichen Dank …
für die zahlreiche, wunderbare Weihnachtspost, die uns im Dezember (auch auf elektronischem Weg) erreicht hat. Wenn es so schön festlich aussieht im Büro, braucht man gar keine Schneeflocken.

Das Menschsein an sich ist nicht kontrollierbar.
Zum Interview mit Ulrich Schneider, Fundraiser-Magazin 6/2014, Seite 26

Sehr geehrte Damen und Herren,
der Artikel „Das hat mit dem Wesen sozialer Arbeit nichts mehr zu tun“ hat mich sehr bewegt. Ich selbst war viele Jahre in der freien Wirtschaft tätig. Und die zunehmende „Entmenschlichung“ dort hat mich abgestoßen. Oder wie es der ehemalige Personalvorstand Thomas Sattelberger bei der Deutschen Telekom in dem Film „Alphabet“ auf den Punkt brachte: „Die Verkürzung des Lebens auf die Ökonomie ist eine der schlimmsten Entwicklungen unserer Zeit.“

Als ich dann immer tiefere Einblicke in die soziale Arbeit erhielt, musste ich zu meinem großen Erstaunen feststellen, dass die Entmenschlichung auch dort Einzug gehalten hat. Was war geschehen?

Letztlich liegt für mich der Schlüssel zu einer langfristigen positiven Veränderung in allen Bereichen unserer Gesellschaft in einer liebevollen und achtsamen Kindheit von Menschenkindern. Wie der Psychoanalytiker Arno Gruen es formuliert: „[…] Menschen, deren Kindheit von Lieblosigkeit geprägt war, wappnen sich ein Leben lang vor dem Schmerz, der aus diesem frühen Erleben emporsteigt. Sie müssen immer ‚stark‘ sein und alles unter Kontrolle halten. […]“ (Quelle: „Ich will eine Welt ohne Kriege“, Klett Cotta, S. 36) Und genau das führt meines Erachtens zu einer Entmenschlichung, egal in welchem Bereich. Und dass es mittlerweile auch in der sozialen Arbeit so gekommen ist, hat sicherlich mit unserer deutschen Geschichte zu tun, die immer noch nachwirkt.

Das Menschsein an sich ist nicht kontrollierbar. Und die Arbeit mit Menschen ist es daher auch nur bis zu einem gewissen Grad.

Insofern mein Plädoyer für mehr Menschlichkeit – in allen Bereichen der Gesellschaft. Das Soziale kann und sollte hier wirklich eine Vorreiterrolle und Vorbildfunktion einnehmen. Und Social Entrepreneure können eine Brücke bauen, zwischen der Ökonomisierung und der sozialen Arbeit.

Nicola Hengst-Gohlke, Spielplatzpaten für Mettmann

Acht Euro fünfzig für alle – oder?

Worauf gemeinnützige Organisationen beim neuen Mindestlohn achten müssen

Seit 1. Januar 2015 gilt deutschlandweit für alle ein Mindestlohn von 8,50 Euro pro Stunde. Wirklich für alle? Für einige Branchen gibt es Übergangsregelungen. Auch für bestimmte Personengruppen hat der Gesetzgeber Ausnahmen vorgesehen. In der Reihe „Non-Profit-Arbeit für Einsteiger" erklärt das Fundraiser-Magazin, was der neue Mindestlohn für Angestellte, Honorarkräfte, Minijobber und Praktikanten in Deutschland bedeutet.

Von PETER NEITZSCH

Lange haben sich die Gewerkschaften dafür eingesetzt, seit 1. Januar ist es nun so weit: Die neue Lohnuntergrenze, auf die sich die Große Koalition verständigt hat, liegt bei 8,50 Euro pro Stunde und soll grundsätzlich für alle Branchen und Regionen in Deutschland gelten: „Abweichungen vom Mindestlohn sind bloß in Ausnahmefällen vorgesehen", sagt Jörg Wiedemuth, der bei der Dienstleistungsgewerkschaft Verdi die Abteilung für tarifpolitische Grundsatzfragen leitet. Befristete Ausnahmen sind möglich, wenn der Tarifvertrag in einer Branche für allgemeinverbindlich erklärt wurde. „Das ist eine relativ hohe Hürde", sagt Wiedemuth. „Denn dafür müssen die tarifvertraglichen Regeln bundesweit sowohl für Inländer wie Ausländer gelten." Eine solche Allgemeinverbindlichkeit besteht beispielsweise im Friseurgewerbe, in der Fleisch verarbeitenden Industrie oder bei der Leiharbeit. Dort wird der Mindestlohn erst mit dem Auslaufen der Verträge 2016 beziehungsweise 2017 fällig.

„Auch für Zeitungszusteller gibt es eine stufenweise Anpassung an den Mindestlohn bis Ende 2017", ergänzt Arne Habel, Referent für Arbeits- und Tarifrecht bei der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA).

MINDESTLOHN FÜR PRAKTIKA

Stiftungen, Verbände und Vereine müssen ihren regulären Mitarbeitern dagegen von Anfang an mindestens 8,50 Euro pro Stunde zahlen. Doch auch im Non-Profit-Sektor existieren Ausnahmen: „Wer ehrenamtlich tätig ist, ist natürlich auch weiterhin vom Mindestlohn ausgenommen", sagt der Jurist. Auf eine größere Umstellung müssen sich gemeinnützige Organisationen an einer anderen Stelle gefasst machen: „Für Praktika muss in Zukunft der Mindestlohn gezahlt werden", sagt Habel. „Ausnahmen bestehen lediglich für Pflichtpraktika, die in der Studienordnung vorgeschrieben sind, und für Schülerpraktikanten." Auch wenn ein Praktikum der Berufsorientierung dient oder neben der Ausbildung absolviert wird, entfällt der Anspruch auf den Mindestlohn. Doch schon, wenn beim selben Arbeitgeber ein zweites Praktikum absolviert wird, müssen die Lohnuntergrenzen eingehalten werden.

Was der Berufsorientierung dient und was nicht, hat der Gesetzgeber eng definiert. Habel rät daher: „Vereine und Verbände sollten die Berufsorientierung immer in den Praktikumsvertrag aufnehmen." Auch Gewerkschafter Wiedemuth warnt: „Wenn ein Praktikum kein Bestandteil der Ausbildung ist oder länger als drei Monate dauert, gelten Praktikanten als vollwertige Arbeitnehmer." Konkret bedeutet das: Wer schon eine Berufsausbildung oder ein Studium abgeschlossen hat, dem steht der

volle Mindestlohn zu. „Für ein Praktikum nur eine Pauschale zu zahlen, geht dann nicht mehr“, sagt der Tarifexperte.

Ebenfalls keinen Anspruch auf 8,50 Euro in der Stunde haben Azubis, die nicht volljährig sind: „Wer das 18. Lebensjahr nicht vollendet hat und keine Berufsausbildung vorzuweisen hat, kann keinen Mindestlohn beanspruchen“, sagt Habel. Dafür müssen jedoch beide Bedingungen erfüllt sein. Auch für Langzeitarbeitslose bestehen Ausnahmen: „Wer länger als ein Jahr keine Arbeit hatte, ist für berufsqualifizierende Maßnahmen ein halbes Jahr vom Anspruch auf Mindestlohn ausgeschlossen.“

AUCH MINIJOBBER HABEN ANSPRUCH

Folgen hat die Reform für Nichtregierungsorganisationen (NGOs) auch, wenn diese Mitarbeiter auf 450-Euro-Basis beschäftigen: „Auch Minijobber haben Anspruch auf Mindestlohn“, bekräftigt Wiedemuth. Sie dürfen im Mittel nicht weniger als 8,50 Euro in der Stunde erhalten. „Das begrenzt bei einem 450-Euro-Job automatisch die monatliche Arbeitszeit“, sagt Habel. Ab Januar 2015 dürfen Minijobber im Durchschnitt nicht mehr als 53 Stunden im Monat arbeiten, da sonst weniger als der Mindestlohn gezahlt wird.

ACHTUNG BEI HONORARKRÄFTEN

Auch bei Honorarkräften müssen NGOs künftig genau hinsehen, ob eine echte Selbstständigkeit vorliegt: „Wenn es sich um einen Werkvertrag handelt, besteht kein Anspruch auf Mindestlohn“, erläutert Wiedemuth. Das sei immer dann der Fall, wenn ein Produkt zu einem vorher vereinbarten Preis abgeliefert werde – beispielsweise Fotos und Texte für die Website. Anders liegen die Dinge jedoch, wenn das Honorar für einen zeitlich fest definierten Arbeitseinsatz gezahlt wird: „Wer für einige Stunden in der Woche die Vereinswebsite betreut, dem steht dafür auch der volle Stundensatz zu.“

KONTROLLE UND ANPASSUNG

Ob die Lohnuntergrenzen eingehalten werden oder nicht, kontrolliert der Zoll. Auch steigen kann der Mindestlohn in Zukunft noch: „Der Gesetzestext sieht vor, dass eine Mindestlohn-Kommission gebildet wird, die regelmäßig über eine Anpassung entscheidet“, sagt Wiedemuth. „Die Erhöhung soll sich dabei am Anstieg der Tarifverträge orientieren.“ Eine weitere Steigerung sei jedoch frühestens im Januar 2017 möglich.

▶ *www.mindestlohn.de* (Website des DGB)
▶ *www.der-mindestlohn-kommt.de* (Website des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales)

Bank für Sozialwirtschaft

Fundraising professionalisieren.

Zum Beispiel mit unserem BFS-Net.Tool XXL. Generieren Sie Spenden im Internet und automatisieren Sie Ihre Spendenströme direkt auf Ihr Konto. Sie brauchen kein Programm zu installieren oder Ihre Homepage umzubauen.

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

Die Bank für Wesentliches

Spendenerfolge nach Plan

Jahresplanung im Fundraising ist mehr als eine reine Budgetfrage

Fundraising hat nichts mit Last Minute zu tun. Als Kern einer strategischen Ausrichtung bildet eine Jahresplanung die Basis für Umsetzung und Controlling von Aktionen, Programmen und Maßnahmen.

Von ANJA RAUBINGER

Das Ziel einer Jahresplanung ist nicht, diese „abzuarbeiten", sondern die Konzentration auf wesentliche Inhalte. Nur wenn ein Plan existiert, hat man die Grundlage, sich mit Budgetverantwortlichen, Vorständen, Geschäftsführern und Kollegen abzusprechen und einen Konsens zu verabschieden. Dadurch gewinnt der Fundraiser wertvolle Zeit. Es muss nicht mehr jedes Projekt kurzfristig „freigekämpft" werden, sondern steht mit einer Budgetierung und Terminierung im Gesamtplan. Von Vorteil ist auch, dass mit ausreichendem Vorlauf die Umsetzung begonnen werden kann.

Für unschlüssige Verantwortliche ist die Jahresplanung die Gretchen-Frage: Wie viel Budget soll wirklich bewilligt werden? Welche Aktionen sollen in die Öffentlichkeit getragen werden? Machen wir Fundraising oder haben wir nur jemanden eingestellt, der es machen soll? Es geht aber nicht nur ums Budget. Auch die Frage, wie viel man eigentlich realistisch umzusetzen in der Lage ist, muss beantwortet werden. Kann ein Mitarbeiter mit einer halben Stelle oder ein Ehrenamtlicher alle Aktionen durchführen, die gewünscht sind? Oder ist die Zeit dann doch zu knapp?

REALISTISCHES JAHRESZIEL

Am Ende steht die entscheidende Frage, was das Jahresziel ist. Wie viele Spender muss die Organisation haben? Wie viele Spenden werden für die Finanzierung der Projekte benötigt? Welche Kanäle sollen abgedeckt werden? Was soll an die Spender kommuniziert werden? Und wie?

Um diese Fragen beantworten zu können, sind folgende Bestandteile für einen Plan grundlegend: die Aktionsbezeichnung (z. B. Open-House, Mailing, Beilagen, E-Mail Marketing etc.), die Zielgruppe (aktive / inaktive Hausliste, Neuspender, Interessenten), die Menge der Spender, die kontaktiert werden soll sowie die geplanten Kosten und der entsprechende Zeitaufwand dafür. Weitere Bestandteile können die geplanten (Spenden-) Einnahmen und Ansprache-Kanäle (Papier, Internet, persönlich) und die Vorjahreszahlen zum Vergleich sein.

Fundraising-Jahrespläne kommen ohne eine statistische Basis nicht aus. Wenn die Erfolgswerte einer Organisation wie Responsequote oder Return on Investment bekannt sind, müssen diese Kennzahlen in eine professionelle Jahresplanung einfließen und für alle Fundraising-Instrumente als Planungsgrößen eingesetzt werden. Bei dem Ziel der Neuspendergewinnung oder anderer Bereiche, in denen noch nicht genügend Erfahrungen vorliegen, können stattdessen Benchmarks anderer vergleichbarer Organisationen herangezogen oder Agenturen konsultiert werden.

Wer zum ersten Mal einen Jahresplan erstellt, sollte sich vergleichbare Organisationen anschauen, die offen über Pläne und Aktionen berichten. Eine weitere Orientierung für eigene Zahlen bieten der eigene

Fundraising-Bedarf und die Einschätzung, welche Erwartungen und Zeitbedürfnisse die verschiedenen Zielgruppen, wie Privatpersonen, Stiftungen oder Unternehmen, selbst haben. Für eine Aktion, bei der beispielsweise Großspender identifiziert und gewonnen werden sollen, macht es wenig Sinn, diese mitten in die Vorweihnachtszeit zu legen. Hinzu kommt, dass die spendenreichste Zeit des Jahres auch von den meisten Spendenorganisationen, die ernsthaft Fundraising betreiben, genutzt wird. Schon der Jahresbeginn ist eine gute Zeit fürs Fundraising. Und das Jahresende kommt schneller als man denkt. Langfristig die Aktionen in der wichtigen Vorweihnachtszeit zu planen, etwa indem man zu einem frühen Zeitpunkt bereits Projektinformationen sammelt und für das Fundraising aufbereitet, ist später sehr zeitsparend.

Auch wenn Botschafter, Testimonials oder Förderer aus Wirtschaft oder Politik angesprochen werden sollen, ist eine sehr langfristige Zeitplanung notwendig.

Die Ansprache von Dienstleistern für Mailing- oder Telefon-Aktionen gehört, je nach Größe der Organisation, ebenso in die Jahresplanung. Hier empfiehlt sich, den Markt zu beobachten und per Ausschreibung den passenden Dienstleister zu suchen. Wer frühzeitig anfragt und etwa für eine Aktion nicht auf eine bestimmte Kalenderwoche angewiesen ist, bleibt flexibel und verfügt über Verhandlungspotenzial.

KEIN PLAN OHNE KONTROLLE

Permanent sollte im Verlauf eines Jahres die Planung (Zielsetzung und Zielvereinbarung), Kontrolle (Zielverfolgung) und Steuerung (Reaktion auf Zielabweichung) hinterfragt werden. Dabei werden Aktionspläne erstellt, Einzelergebnisse ermittelt, verglichen und bewertet, Konzepte für die Folgezeit entwickelt und Ergebnisse aus diesen Erfahrungen heraus optimiert. Auch das Aufspüren von Regeln und Mustern sowie statistischen Auffälligkeiten gehört dazu.

Anja Raubinger
Geschäftsführerin der van Acken Fundraising GmbH. Ihr Unternehmen ist seit über 30 Jahren im Fundraising aktiv. Spendenorganisationen werden von der Strategie, Planung und Konzeption bis zur Umsetzung komplett per „Baukastensystem" begleitet. Beratung, Analysen, Kreation, Produktion, Telefonie etc. findet unter einem Dach statt.
► www.van-acken.de

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

Das Wir-Gefühl in Dortmund

Wie eine Spenden-Kampagne Kreise ziehen kann

Wirf einen Stein in den See und beobachte, wie die erste Welle immer größere Kreise zieht: Nach einer Laufzeit von nur einem Jahr und acht Monaten hat das Klinikum Dortmund 1,8 Millionen Euro für einen neuartigen Kinder-Magnet-Resonanz-Tomographen gesammelt.

Von DR. MARTINA KLEIN

Kampagnen-Fundraising lebt davon, von einem Startpunkt aus immer weitere Kreise der gewünschten Öffentlichkeit zu erreichen, darüber Sympathie, Engagement und erste finanzielle Zuwendungen zu schaffen und so schließlich auch in solche Kreise vorzudringen, die substantielle Summen zur Realisierung des Kampagnenziels beitragen können.

In unserer Kampagne für ein neuartiges Magnet-Resonanz-Tomographie-Gerät (MRT) am Klinikum Dortmund sollte dies in Form einer „Kettenreaktion" geschehen. Kettenreaktion deshalb, weil alles mit Andrea Schmidt, Goldschmiedin in Dortmund, begann. Hier entstand eine lange Halskette, die von zahlreichen Spendern geschmiedet und schließlich zugunsten des MRT im Konzerthaus Dortmund versteigert wurde. Manchmal kommt zu einer originellen Idee auch eine überraschende Geschichte: Der Zufall wollte es, dass die Kette an einen Teilnehmer aus Sibirien fiel. Das war die richtige Geschichte für die lokalen und regionalen Medien – auch für das sibirische Fernsehen. Und wären diese Medien nicht gewesen, die kontinuierlich berichtet und auch selbst gespendet haben, unsere Kampagne hätte nicht diese Kraft entwickeln können.

Der Titel „Kettenreaktion" beschreibt so mit einem Begriff den Aufbau und die Struktur der Kampagne. Hinzu kommt der gewählte Ort des Kampagnenauftaktes: das Konzerthaus Dortmund. Von Anfang an geht es darum, neben den monetären Aspekten gleichzeitig den nächstgrößeren Kreis an Öffentlichkeit zu erreichen und einen Raum für aktive Netzwerkarbeit zu schaffen. Denn es gilt, nicht in individueller Profilierung oder Konkurrenz zu denken, sondern Kooperationen zu entwickeln und gemeinsam zu handeln. Immer muss das gemeinsame Ziel als Gewinn aller Beteiligten darstellbar sein und entsprechend vermittelt werden.

Dortmund wurde Teil dieser Kettenreaktion. Das Engagement für den Kinder-MRT geht quer durch die Stadtgesellschaft: Die politische Spitze zeigt Flagge, der BVB-Cheftrainer übernimmt die Schirmherrschaft, die BVB-Stiftung spendet, die Fanclubs backen Reibekuchen, große und kleine Unternehmen beteiligen sich, Kirchen und eine Moschee, die Insassen der Justizvollzugsanstalt Schwerte, Mitarbeiter anderer Krankenhäuser, niedergelassene Ärzte, Sport- und Schrebergartenvereine … und die Kleinen: Kinder kicken für Kinder, Schulspendenläufe, singende Kinder-gärten … Alle spenden für die gemeinsame Sache.

Die Kampagne hat aber auch Binnenwirkung: Die Mitarbeiter des Klinikums lassen sich anstecken, spenden Geld, entwickeln kreative Ideen, backen türkische Pizzas, sitzen an der Kasse eines örtlichen Drogeriemarktes und kassieren für den

guten Zweck. Von unschätzbarem Wert ist aber, dass die Mitarbeiter der Klinik, also der Einrichtung, an die die Spenden gehen, öffentlich darüber reden. Sie sprechen darüber, weil sie stolz sind, sich an einem Projekt zu beteiligen, das unmittelbar ihren Patienten zugutekommt. Hier wird einmal mehr deutlich, dass Fundraising mehr ist als das „Einsammeln" von Spenden. Weit über die individuellen Spendenbeiträge hinaus hat die Fundraising-Kampagne positiven Einfluss auf die Corporate Identity und das Image der Einrichtung.

Durch einen Blick auf das Spendenkonto wird die erreichte Breite der Kampagne deutlich: Die niedrigste Spende betrug zwei Euro; die höchste private Einzelspende betrug 100 000 Euro. Mit der Zwei-Euro-Spende wird sicher das hohe Maß an Identifikation mit dem Projekt verdeutlicht, das aber in der eigenen finanziellen Situation keinen höheren Betrag zulässt. Die Spende von 100 000 Euro wurde explizit mit der Aussage vorgenommen, großen Respekt vor der enormen Beteiligung kleiner und kleinster Spender zu haben. Und – last but not least – konnten neben vielen privaten auch die kommunalen Unternehmen ins Spendenboot geholt werden. Das „Wir-in-Dortmund"-Gefühl führte zu einem Schulterschluss, dem sich niemand mehr entziehen wollte.

Diese Kampagne ist ein weiteres Beispiel dafür, wie bürgerschaftliches und kommunales Engagement Hand in Hand in der Lage sind, auch größere Investitionsprojekte erfolgreich zu stemmen. Schließlich hat sich auch das Land NRW beteiligt, um Europas erstes Kinder-MRT anschaffen zu können.

Damit aus dem „Flüster-MRT" tatsächlich ein neuartiges, angst- und stressfreies Gerät für die Kinder- und Jugendmedizin wird, wird hier die radiologische Diagnostik von einer elektronisch veränderbaren visuellen Umwelt umgeben. Diese wird speziell für diesen Zweck entwickelt und kann bei Bedarf in einem Simulationsraum geübt werden. Das medizinische Ziel ist es, nahezu ohne Sedierungen und Narkosen auch die kleinen und kleinsten Patienten diagnostizieren zu können.

Dr. Martina Klein *leitet die Abteilung Fundraising der Klinikum Dortmund gGmbH. Zuvor organisierte die Sozialwissenschaftlerin erfolgreich eine sechs Millionen Euro-Kampagne für das Kinderpalliativzentrum der Vestischen Kinder- und Jugendklinik in Datteln. Der Deutsche Fundraising Verband hat sie dafür 2012 mit dem Preis für die beste Fundraisingkampagne ausgezeichnet.*
► *www.klinikumdo.de*

Kölner Verbände Seminare

www.verbaendeseminare.de

Steuerliche und gesetzliche Veränderungen
Risiken und Probleme rechtzeitig erkennen
Gestaltungsspielräume nutzen

Besteuerung der Wirtschafts- und Berufsverbände
Donnerstag, 26. Februar 2015 in Bonn

Steuerprobleme und -risiken der Gemeinnützigen
Mittwoch, 18. März 2015 in Köln

Besteuerung von Körperschaften des öffentlichen Rechts (KdöR)
Donnerstag, 23. April 2015 in Bonn

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

Kooperationspartner
DGVM
Verbände report

Neue Medien?

Warum Journalismus gemeinnützig sein sollte

Viele Schreckensmeldungen hören wir über die Medienlandschaft: Zeitungen machen dicht, Verlage und Sender entlassen Mitarbeiter. Lokalredaktionen werden ausgedünnt – oder komplett abgeschafft. Analysen über die Medienkrise und Berichte über fehlende Perspektiven für die Medienmacher folgen. Über neue Wege zur Finanzierung von kritischem Journalismus wird dagegen weniger gesprochen.

Von TEENA IHMELS

In Deutschland entstehen trotz oder wegen der Medienkrise immer wieder neue Medienprojekte. Projekte wie das lokale Online-Magazin „Mittendrin“ aus Hamburg, die Wochenzeitung „Kontext“ aus Stuttgart oder das Internetradio „Detektor.fm“ aus Leipzig betreiben seit einigen Jahren alternativen Journalismus ohne große Verlage oder Rundfunkanstalten im Rücken. In diesem Jahr gründeten sich gleich zwei deutlich größere Projekte mit großem Reporterteam: Die Krautreporter warben mit einem Community-Ansatz eine Million Euro für das erste Jahr ihres Internetmagazins ein. Dazu wurde mit Correctiv das erste Non-Profit-Recherchebüro in Deutschland gegründet, unterstützt mit einer Millionenförderung der Essener Brost-Stiftung.

Die Finanzierungsmodelle der Journalisten sind dabei ähnlich kreativ wie die journalistischen Projekte. Sie finanzieren ihre Recherchen durch Crowdfunding, Soli-Abos, Sponsoring oder einen Kreis zahlender Mitglieder. Bremsschuh beim Akquirieren von Spenden oder Stiftungsgeldern ist bei vielen Projekten die fehlende Gemeinnützigkeit.

Das Recherchebüro Correctiv ist zwar gemeinnützig, musste dazu aber den Umweg über den in der Abgabenordnung enthaltenen Förderzweck Bildung gehen. Neben der journalistischen Arbeit müssen auch Weiterbildungsveranstaltungen angeboten werden. Obwohl eine kritische Öffentlichkeit und freie, unabhängige Medien der Gemeinschaft dienen, wird Journalismus für sich allein von den Finanzbehörden nicht als gemeinnützig anerkannt.

Vor gut zwei Jahren gründeten Isabella David und Dominik Brück das Hamburger Online-Magazin „Mittendrin“ und berichten regelmäßig über Lokales in Hamburg-Mitte. Da kein Verlag ihr Magazin finanziert, wollten sie durch einen Förderverein Spenden für ihre Arbeit sammeln. Aber trotz mehrmaliger Versuche wurde der Verein nicht als gemeinnützig anerkannt.

Sie wollen ein eigenes Magazin machen?

– Print und/oder Online –

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

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

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

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

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

Dominik Brück ist darüber verärgert: „Ein Taubenzüchterverein kann sofort gemeinnützig werden, unser Online-Magazin aber nicht. Dabei schreiben wir im Blog nicht, um Profite zu machen. Wir schreiben, um guten Lokaljournalismus zu machen, den alle im Internet lesen können. Und davon müssen wir irgendwie leben." Das Magazin kann man durch ein Soli-Abo oder durch den Flattr-Button unterstützen – vielen Lesern ist aber nicht klar, wofür man etwas abonnieren sollte, das auch online frei verfügbar ist. Das Wort Abonnement ist dabei stark von gedruckten Zeitungen und Zeitschriften besetzt. „Spenden verstehen Menschen viel leichter. Sie wissen, dass sie etwas Gutes unterstützen, ohne einen direkten Gegenwert zu erwarten."

Die Journalistenvereinigung netzwerk recherche setzt sich dafür ein, dass Journalismus in Deutschland als gemeinnützig anerkannt wird. Dafür hat das Netzwerk im vergangenen November die Initiative Nonprofit-Journalismus Deutschland gegründet. Sie will damit die Debatte über die Zukunft der deutschen Medienlandschaft um einen Aspekt bereichern. Denn viele neugegründete Projekte stellen sich der Herausforderung, mit Online-Journalismus ihre Leser oder Hörer zu informieren und zu begeistern und entwickeln dafür kreative Finanzierungsmodelle.

Der Aufruf der Initiative enthält auch Erwartungen an die „News Nonprofits" hinsichtlich Sorgfalt, Transparenz und Unabhängigkeit. So wie klassische Medien sich nicht durch ihre Anzeigenkunden beeinflussen lassen dürfen, so dürfen spendenfinanzierte Medienprojekte sich nicht nach den Interessen ihrer Spender richten. Wer den Aufruf unterzeichnet, verpflichtet sich, ein besonderes Maß an Transparenz zu erfüllen.

Engagierter Journalismus ist für eine demokratische Gesellschaft unverzichtbar und sollte deshalb als gemeinnützig anerkannt werden. Die Gemeinnützigkeit hilft alternativen Medienprojekten dabei, sich durch Spenden und Fördergelder zu finanzieren und unsere Medienlandschaft zu bereichern.

Teena Ihmels *ist Kommunikationswissenschaftlerin und arbeitet als Fundraiserin bei netzwerk recherche e. V. Der Verein setzt sich unter anderem dafür ein, dass Journalismus den gemeinnützigen Status erhält.*
► *www.nrch.de/nonprofit*

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

Wer nicht zahlt, ist nicht drin!

Facebook reduziert die Sichtbarkeit von Fan-Seiten

Die organische Reichweite von Facebook Fan-Seiten hat deutlich nachgelassen, berichten Unternehmen und mittlerweile auch NGOs. Facebook entdeckt offenbar sein Erlösmodell neu. Zeit, an seiner Strategie etwas zu ändern.

Von KAI FISCHER

Vor lediglich zwei Jahren verkündete Facebook, die organische Reichweite von Fan-Seiten liege bei 16 Prozent der Fanbasis. Dieser Wert dürfte inzwischen stark gesunken sein, denn Facebook postet deutlich weniger Unternehmenspostings in seine Streams. Auch bei über 100 000 Fans fällt die organische Reichweite ebenfalls stark ab. Glaubt man den Experten von Valleywag, einem Blog rund um das Silicon Valley, soll der Wert sogar auf nur ein bis zwei Prozent sinken.

Wenn Inhalte auf Facebook nur noch so wenigen „Fans" angezeigt werden, stellt sich die Frage, ob diese Form der Kommunikation überhaupt noch strategisch sinnvoll eingesetzt werden kann. Dies ist nicht nur eine Frage der Effizienz, sondern eine Frage, ob die Kommunikationsziele überhaupt noch erreicht werden können.

VIRALITÄT SINKT

Die erste Konsequenz der Veränderungen ist, das Facebook weniger viral ist. Wenn Botschaften weniger „Fans" angezeigt werden, wird es unter Umständen länger dauern, bis eine kritische Masse erreicht werden kann, ab welcher sich die Verbreitung der Botschaft verselbstständigt. Die größte Auswirkung ist gerade bei der Funktion von Facebook zu erwarten, die bisher als Hauptargument galt, um dort aktiv zu sein: die Möglichkeit, Unterstützer zu informieren und zu binden. Bei geringerer organischer Reichweite kann die Kommunikation immer weniger geplant werden. Denn es ist vom Facebook-Algorithmus abhängig, wann wem welche Inhalte angezeigt werden. Dadurch kann eine durchgängige Bindung über Informationen aus den Projekten und Programmen immer weniger sichergestellt werden.

ALTERNATIVEN AUFBAUEN

Damit stellt sich die Frage nach möglichen Alternativen. Eine wäre der Aufbau einer Community auf der eigenen Website. Auch wenn Facebook weiterhin genutzt werden kann, stellt die eigene Community sicher, dass auf alle technischen

Einstellungen selbst zugegriffen werden kann. Die Abhängigkeit von Facebooks Geschäftspolitik wird so vermindert. Eine weitere Alternative ist der eigene E-Mail-Newsletter und der Aufbau einer geeigneten Database. So können Non-Profit-Organisationen sicherstellen, dass all ihre Interessenten, Unterstützer und Förderer auch die Informationen erhalten, die für den Aufbau von Bindungen notwendig und wichtig sind. Darüber hinaus kann die Organisation selbst bestimmen, wann wen in welcher Form die Informationen erreichen. Ausfälle durch fehlende Weiterleitungen an die Empfänger können deutlich reduziert werden. Und da E-Mails nach wie vor als Treiber im Online-Fundraising gelten, kann auf diese Weise ein Stamm von Empfängern aufgebaut werden, der im besten Fall auch bereit ist zu spenden.

Lediglich die Kontaktfunktion wird sich nicht verändern. Facebook-Nutzer können weiterhin kommentieren und auf die Seite einen Beitrag oder eine Frage posten, auf welchen die Organisation reagieren kann. Dadurch kann der Fördererkontakt einfach gestaltet werden.

Nach Meinung von Experten wird sich die Geschäftspolitik von Facebook immer stärker in eine Richtung entwickeln: „Wer nicht zahlt, wird weniger sichtbar." Es steht zu befürchten, dass Veränderungen in Zukunft verstärkt auch Non-Profit-Organisationen treffen. Rechtzeitig strategische Alternativen aufzubauen, kann in einer solchen Situation ein entscheidender Erfolgsfaktor sein – insbesondere dann, wenn über die einzusetzende Technik selbst verfügt werden kann. Dies sichert nicht nur die Qualität, sondern stellt auch sicher, dass die kommunikativen Ziele besser erreicht werden können.

***Kai Fischer** ist Inhaber der Agentur Mission-Based Consulting und berät seit mehr als 15 Jahren Organisationen im Online-Fundraising, bei Kapital-Kampagnen und regionalem Fundraising. Um vertauensvolle, langfristige und nachhaltige Beziehungen im Fundraising aufzubauen, entwickelte er den strategischen Ansatz für ein Mission-Based-Fundraising.*
► *www.mission-based.de*

DIGITALE STRATEGIEN? WARUM UND WIE?

...

SAVE THE DATE
Köln 24. März
Berlin 26. März

NEUE SPENDER DURCH YOUTUBE?

INSIGHTS

(NEU)SPENDER GEWINNEN UND **BINDEN** IN DER DIGITALEN WELT

ONLINE FORUM – 2015 WIRD DIGITAL

Online Experten vermitteln packende Inhalte und aktuelles Wissen rund um fundraising-relevante Themen wie

- *Digitale Strategien*
- *SEA & SEO*
- *YouTube*
- *Conversionrate-Optimierung*
- *E-Mail-Marketing*
- *Fallstudien – Online Fundraising*
- *Webtracking*
- *Life Online Marketing Audit*

Details zu Programm und Experten unter www.az-fundraising.de
Anmeldung unter sabine.wagner-schaefer@bertelsmann.de

Ihr Gastgeber: AZ fundraising services GmbH

Wichtig zu wissen:
Exklusiv für alle Fundraiser aus Organisationen und Stiftungen ist die Teilnahme kostenlos.

Fundraising-Kalender

JANUAR

Verbandskrisen erkennen und überwinden
21.01., Düsseldorf
▶ *www.verbaendeseminare.de*

Die Verbandszeitschrift neu gedacht
21.01., Düsseldorf
▶ *www.verbaendeseminare.de*

Fundraising mit Herz und Verstand
21.01., Hannover
▶ *www.landeskirche-hannovers.de*

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

9. Münchner FreiwilligenMesse
25.01., München
▶ *www.foebe-muenchen.de*

12. Studientagung Fundraising für Umwelt und Entwicklung
26. & 27.01., Münster
▶ *www.franz-hitze-haus.de*

Weiterbildung Grossspenden-Fundraiser/in
26.–29.01., Basel/Zürich
▶ *www.major-giving-institute.org*

Die Zusammenarbeit von Haupt- und Ehrenamt professionalisieren
27.01., Berlin
▶ *www.verbaendeseminare.de*

Erfolgreich Gespräche führen – Neue Perspektiven für die Gewinnung und Betreuung von Großespendern und Stiftern
28.01., Frankfurt an Main
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Einführung in das Fundraising – über das Geld und die innere Haltung
28.01., Hannover
▶ *www.landeskirche-hannovers.de*

NPO-General Management Programm
29.01., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

Fundraising-Frühstück
29.01., Hannover
▶ *www.landeskirche-hannovers.de*

FEBRUAR

Erfolgreich Spender und Sponsoren gewinnen – Die Starthilfe in Ihr professionelles Fundraising
04. & 05.02., Stuttgart
▶ *www.fundraising-praxis-seminare.de*

5. Fundraisingtag NRW
05.02., Gelsenkirchen
▶ *www.fundraisingtage.de*

Geldauflagen-Marketing kompakt – Worauf es in der Praxis wirklich ankommt
06.02., Stuttgart
▶ *www.fundraising-praxis-seminare.de*

Ihr Einstieg in Social Media
11.02., Berlin
▶ *www.verbaende.com*

Spenderrecherchen in der Praxis
11.02., Frankfurt an Main
▶ *www.major-giving-institute.org*

Lehrgang Fundraising für Kirche und Gemeinde
12.02., Berlin
▶ *www.inkur-berlin.de*

10. Norddeutscher Fundraisingtag
18. & 19.02., Hamburg
▶ *www.norddeutscher-fundraisingtag.de*

Fundraising für Bildung und Forschung
20.02., Potsdam
▶ *www.fundraisingverband.de*

MÄRZ 2015

Stiftungsmanager im Test: Qualität im Management von Stiftungsvermögen
02.03., Frankfurt am Main
▶ *www.forum-institut.de*

Ausbildung Regionalreferent /-in Fundraising (FA)
02.03., Berlin
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Sozialwirtschaftliche Managementtagung 2015
04.03., Mainz
▶ *www.swmt.org*

Speziallehrgang: Marketing in NPOs
04.03., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

Fundraising mit Herz und Verstand
04.03., Hannover
▶ *www.landeskirche-hannovers.de*

14. Fundraising-Fachtagung Loccum
10. & 11.03., Rehburg-Loccum
▶ *www.landeskirche-hannovers.de*

Erfolgreich Spender und Sponsoren gewinnen – Die Starthilfe in Ihr professionelles Fundraising
11. & 12.03., Frankfurt an Main
▶ *www.fundraising-praxis-seminare.de*

Mitteldeutscher Fundraisingtag
10.03., Jena
▶ *www.fundraisingforum.de*

7. Fundraisingtag München
12.03., München
▶ *www.fundraisingtage.de*

Speziallehrgang: Finanzen und Controlling in NPOs
12.03., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

Fördermittel für gemeinnützige Organisationen
12.03., Stuttgart
▶ *www.kompakt.foerder-lotse.de*

5. Europäisches Symposium der EU-Fundraising Association
12. & 13.03., Berlin
▶ *www.eu-fundraising.eu*

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

Fachtag Fundraising im Gesundheitswesen
13.03., Frankfurt am Main
▶ *www.fundraisingverband.de*

Workshop – Kirchgeldbriefe kreativ
16.03., Hannover
▶ *www.landeskirche-hannovers.de*

Infoabend – CAS Kommunikation für Nonprofit-Organisationen
17.03., Olten
▶ *www.fhnw.ch*

Workshop – Fundraising für Kirchbau und Renovierung
17.03., Hannover
▶ *www.landeskirche-hannovers.de*

Workshop – Fundraising kompakt für Kirchenmusik
17.03., Hannover
▶ *www.landeskirche-hannovers.de*

Erfolgreiche Strategieplanung im Verband
17.03., Düsseldorf
▶ *www.verbaende.com*

Zertifikatslehrgang: Fundraising in NPOs
18.03., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

Einführung in das Fundraising – über das Geld und die innere Haltung
18.03., Hannover
▶ *www.landeskirche-hannovers.de*

Steuerprobleme und -risiken der Gemeinnützigen
18.03., Köln
▶ *www.verbaende.com*

Fundraising kompakt – Modernes Fundraising in der Praxis
18. & 19.03., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

Jahrestagung des UPJ-Netzwerks 2015. Verbindungen entwickeln – Mit CSR und Sozialen Kooperationen Zukunft gestalten
19.03., Berlin
▶ *www.upj.de*

Systemisches Fundraising in Non-Profit-Organisationen – Aufbau und Implementierung
19.03., Oeversee
▶ *www.erzbistum-hamburg.de*

Workshop Fundraising für Orgel und Glocken
19.03., Hannover
▶ *www.landeskirche-hannovers.de*

Fundraising-Frühstück
19.03., Hannover
▶ *www.landeskirche-hannovers.de*

Kooperationen zwischen Unternehmen und NPOs gewinnbringend gestalten
20.03., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

MünchnerStiftungsFrühling
20.–26.03., München
▶ *www.muenchnerstiftungsfruehling.de*

20. - 26. März 2015
Auftakt in der BMW Welt am 20./21. März
MÜNCHNER STIFTUNGS FRÜHLING
Münchner Stiftungen und Partner stellen sich vor.
www.muenchnerstiftungsfruehling.de

6. Stiftungstag der Landeskirche Hannovers
21.03., Hannover
▶ *www.evlka.de*

reCampaign 2015
23. & 24.03., Berlin
▶ *www.recampaign.de*

rC15
Strategien für die digitale Zivilgesellschaft
www.recampaign.de

Forum Online Fundraising
24.03., Köln
▶ *www.az-direct.com*

Fundraising für Kulturbetriebe – Mäzene gesucht! (Individuelles Fach-Coaching)
25.03., Düsseldorf
▶ *www.npo-akademie.de*

Stiftungs-Fundraising
25.03., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

EU-Tender – Wie NPOs erfolgreich an EU-Ausschreibungen teilnehmen
26.03., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

Forum Online Fundraising
26.03., Berlin
▶ *www.az-direct.com*

Fundraising – Konzepte und Texte, die Förderer überzeugen
30. & 31.03., Berlin
▶ *www.berliner-journalisten-schule.de*

APRIL

Westfälische Wilhelms-Universität Münster
Nonprofit-Management and Governance
Berufsbegleitender Masterstudiengang an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster
NÄCHSTER START: 1. APRIL 2015
www.wwu-weiterbildung.de
WWU Weiterbildung

Medium- und Großspenden-Fundraising
08.04., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

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

Erbschaftsfundraising (Erbschaftsmarketing)
10.04., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

Training für erfolgreich(er)e Spendenmailings
11.04., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

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

Fundraising „kompakt" – Modernes Fundraising in der Praxis
13. & 14.04., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

Zertifikatslehrgang Fundraising
13.–18.04., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

Großspenden-Fundraising
15.04., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

Fundraising-Frühstück
16.04., Hannover
▶ *www.landeskirche-hannovers.de*

Training für erfolgreich(er)e Spendenmailings
16.04., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

Vereinsrecht
17.04., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

Online-Fundraising und Online-Campaigning
17.04., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

Unternehmenskooperationen für NPOs – Wie Sie diese gewinnbringend gestalten
18.04., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

Workshop Fundraising kompakt für Kitas
21.04., Hannover
▶ *www.landeskirche-hannovers.de*

Erfolgreich Spender und Sponsoren gewinnen – Die Starthilfe in Ihr professionelles Fundraising
21. & 22.04., Frankfurt an Main
▶ *www.odenwaldinstitut.de*

Fundraising mit Herz und Verstand
22.04., Hannover
▶ *www.landeskirche-hannovers.de*

Fundraising-Werkstatt
23.04., Hamburg
▶ *www.fundraising-werkstatt.com*

Studiengang Fundraising-Manager/-in (FA)
27.04., Bad Honnef
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Fundraising für Kulturbetriebe – Mäzene gesucht! (Individuelles Fach-Coaching)
27.04., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

Kollegium: Erfolgreiches Erbschaftsfundraising in der Praxis
27. & 28.04., Fulda
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Grundlagen des Campaigning im Non-Profit-Sektor
28.04., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

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

Sponsoring für Kulturorganisationen – Partner statt Bittsteller! (Individuelles Fach-Coaching)
28.04., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

Kollegium: Erfolgreiches Fundraising bei Stiftungen Mittelakquise bei Stiftungen
28. & 29.04., Fulda
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Kollegium: Erfolgreiches Großspenden-Fundraising
29. & 30.04., Fulda
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Telefon-Fundraising: Bei Anruf Spender?! Das effektive Fundraising-Instrument
29.04., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

Ihr Termin fällt hier nicht auf?

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

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

Lernen, Vernetzen, Bewegen … Was gibt's Neues im Neuland? Online-Trends zu politischer Mobilisierung stehen im Fokus der Fachkonferenz reCampaign, die „Strategien für die digitale Zivilgesellschaft" vermittelt. Neben dem Austausch von praktischen Erfahrungen erhalten die Fachteilnehmer aus Zivilgesellschaft, Stiftungen und der Kommunikationsbranche handfeste Tipps für erfolgreiche Kampagnenarbeit im Netz. Ihr mittlerweile sechsjähriges Bestehen feiert die reCampaign am 23. und 24. März 2015 in der Heinrich-Böll-Stiftung in Berlin. Im Mittelpunkt der diesjährigen Ausgabe stehen Themen wie neue Wege der Zusammenarbeit, Netzwerk-Bildung sowie die Möglichkeiten mobiler Technologien.

reCampaign am 23. und 24. März 2015 in Berlin

▶ *www.recampaign.de*

Mit der richtigen Stimme

Sie haben mit Sicherheit gute Argumente. Aber wie sieht Ihr Auftritt aus? Schwache Stimme, hängende Schultern, Blick auf den Boden gerichtet? Joachim Beyer-Wagenbach, Berater und Stimmwirkungscoach, will, dass Meinungen und Argumente von Akteuren und Bürgern in Ehrenamt, Freiwilligendiensten oder kommunalen Beteiligungsprozessen richtig ankommen.

Am 6. und 7. Februar zeigt er deshalb in der Akademie Bad Boll, wie das genau gehen kann. Denn sprechen ist handeln.

▶ *www.ev-akademie-boll.de*

Fördermittel für gemeinnützige Organisationen

Der Förderlotse lädt am 12. März Fach- und Führungskräfte von gemeinnützigen Organisationen nach Stuttgart. Mehr als 30 Milliarden Euro werden in Deutschland jährlich an privaten und öffentlichen Fördermitteln für gemeinnützige Projekte und Aktivitäten bereitgestellt. Aber wie kommt man an ein Stück von diesem Kuchen? Dazu bietet der Förderlotse einen komprimierten Einstieg in die Fördermittelgewinnung. Wer fördert? Was wird gefördert? Wie wird gefördert? Referent ist Torsten Schmotz, der über mehr als vierzehn Jahre Erfahrung in den Bereichen Finanzierung, Fördermittelakquise und Fundraising verfügt.

▶ *www.foerder-lotse.de/seminare/kompaktseminar*

Geldauflagen-Marketing kompakt

Im Rahmen von Straf- und Ermittlungsverfahren haben Richter und Staatsanwälte die Möglichkeit, Geldauflagen zugunsten gemeinnütziger Einrichtungen zu verhängen. Dabei geht es zum Teil um erhebliche Beträge. Hilde Gaus verrät am 13. März in Frankfurt, welche Schritte Fundraiser gehen können, um dieses durchaus lukrative Instrument erfolgreich zu nutzen. Das Seminar richtet sich vor allem an Anfänger auf dem Gebiet des Geldauflagen-Marketings.

▶ *www.fundraising-praxis-seminare.de*

Systemisches Fundraising in NPOs

Über Aufbau und Implementierung von Fundraising in NPOs doziert ab 19. März wieder das Fundraisingbüro Bistum Hildesheim in Zusammenarbeit mit dem Zentrum für Systemisches Fundraising. In drei Blöcken, die über das gesamte Jahr 2015 verteilt sind, bekommen Führungskräfte und Leitungspersonen die nötigen Kompetenzen für das Fundraising in den Pfarrgemeinden, pastoralen Räumen und Einrichtungen des Erzbistums Hamburg. Der nächste Kurs beginnt am 5. November 2015.

▶ *www.erzbistum-hamburg.de*

Finanzworkshop für gemeinnützige Stiftungen

Der Arbeitskreis Finanzen von SwissFoundations hat in den letzten zwei Jahren ein großes Fach- und Praxiswissen rund um die Vermögensverwaltung gemeinnütziger Stiftungen aufgebaut und vielen SwissFoundations-Mitgliedern geholfen, finanziellen Herausforderungen eigenverantwortlich und kompetent zu begegnen. Mit diesem Workshop öffnet sich der Arbeitskreis am 24. März in Zürich erstmals auch Nicht-Mitgliedern und präsentiert alle relevanten Themen rund um die Vermögensverwaltung bei gemeinnützigen Stiftungen.

▶ *www.swissfoundations.ch*

Internationales beim Fundraisingtag München

Die Fundraisingtage des Fundraiser-Magazins bieten wieder ein abwechslungsreiches Programm. Richtig international wird es beim Fundraisingtag am 12. März an der Hochschule München. Aus den USA kommt Sven Schumacher (Foto), CEO der Foundation For Lutheran Child and Family Services, Indiana, der über die Angst der Großspendenfundraiser vor der entscheidenden Frage nach dem großen Betrag sprechen wird und wie man sie überwindet. Wolfgang Gumpelmaier aus Österreich gibt seine Erkenntnisse zu erfolgreichen Crowdfunding-Kampagnen weiter. Die Schweizer Stiftungs- und Sponsoring-Expertin Dr. Elisa Bortoluzzi-Dubach wird ein Seminar zum Thema Sponsoring geben und Katharina Franz, Fundraiserin der Max-Planck-Gesellschaft in München, die vorher sieben Jahre in Oxford als Fundraiserin tätig war, spricht über die Planung einer Jahreskampagne. Auch der Fundraisingtag NRW am 5. Februar im Wissenschaftspark Gelsenkirchen wartet mit einem dichten Programm auf. Seine Erfahrungen mit Großspendern gibt Andreas Schiemenz von der HSH Nordbank weiter. Dr. Angela Zeithammer von action medeor e.V. spricht zum Thema Unternehmenspartnerschaften. Generalsponsoren der Fundraisingtage sind die Enterbrain Software AG und die Hypovereinsbank München.

Fundraisingtag NRW: 5. Februar im Wissenschaftspark Gelsenkirchen
Fundraisingtag München: 12. März an der Hochschule München
▶ *www.fundraisingtage.de*

Europa im Blick

Am 12. und 13. März 2015 findet das 5. Europäische Symposium der EU-Fundraising Association in Kooperation mit der Ministerin für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien des Landes Nordrhein-Westfalen, Dr. Angelica Schwall-Düren, in der Landesvertretung NRW beim Bund in Berlin statt. Im Rahmen des zweitägigen Programms gibt es vielseitige Informationsangebote und Diskussionsrunden für interessierte EU-Antragsteller und EU-Projektmanager. Im Fokus stehen unter anderem die Erfahrungen, die im ersten Jahr der laufenden EU-Förderperiode 2014 bis 2020 gesammelt werden konnten. Praktiker und Experten aus dem Bereich der europäischen Förderung und diejenigen, die es noch werden wollen, sind herzlich eingeladen. Das Symposium dient außerdem dem Austausch und dem Aufbau von Netzwerken zwischen Vereinen, Verbänden, Stiftungen, Unternehmen der Sozialwirtschaft, öffentlichen Einrichtungen und Fördermittelverwaltungen.

5. Europäisches Symposium der EU-Fundraising Association am 12. und 13. März 2015 in Berlin
▶ *www.eu-fundraising.eu*

n|w Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Wirtschaft

Kommunikation für Nonprofit-Organisationen (NPO)

Erfolgreiches Kommunizieren in NPO motiviert Mitarbeitende, überzeugt Geldgeber und sorgt für eine positive Medienpräsenz. Das Know-how dazu vermittelt der berufsbegleitende Studiengang «Kommunikation für NPO» (Certificate of Advanced Studies).

Information und Anmeldung: marianne.bucca@fhnw.ch, T +41 62 957 22 26

www.fhnw.ch/wirtschaft/weiterbildung/npo-kommunikation

Bye bye, geliebte Illusion!

Ihr Vorstand glaubt noch immer an Goldesel, Weihnachtsmann und die gute Fee? Verabschieden Sie sich von der Hoffnung auf Wunder!

Wie Sie tatsächlich Mittel und Möglichkeiten finden, Freunde und Förderer gewinnen, Sponsoren und Spender für Ihre Gute Sache begeistern – das lernen und erleben Sie beim Besuch der

Fundraisingtage

Profitieren Sie vom Wissen kompetenter Fach-Referenten und vom Erfahrungsaustausch mit Gleichgesinnten. Melden Sie sich gleich an: **www.fundraisingtage.de**

Termine 2015

Jetzt anmelden!
Fundraisingtag Nordrhein-Westfalen
5. Februar, Wissenschaftspark Gelsenkirchen

Jetzt anmelden!
Fundraisingtag München
12. März, Hochschule München

Sächsischer Fundraisingtag
3. September, HTW Dresden

Fundraisingtag Berlin · Brandenburg
8. Oktober, Universität Postdam

Aktuelle Informationen und Anmeldung : www.fundraisingtage.de

Eine Veranstaltungsreihe vom Fundraiser magazin

Geballtes Wissen

Die NPO-Akademie in Wien lädt im März zu gleich zwei umfassenden Fundraising-Bildungskursen. Den Anfang macht das zweitägige Seminar „Fundraising kompakt – Modernes Fundraising in der Praxis“ am 18. und 19. März 2015. Vermittelt wird hier das gesamte Instrumentarium des Direct-Marketings und dessen zielgerichteter Einsatz. Dozent wird Georg Duit sein, der fünf Jahre für den WWF gearbeitet hat und über umfangreiche praktische Erfahrungen als Fundraising-Consultant verfügt.

Ebenfalls am 18. März beginnt der Zertifikatslehrgang Fundraising in NPOs, der bis zum 11. April an insgesamt neun Tagen sechs Module durchläuft. Neben Georg Duit werden Martin Dodenhoeft, Vorsitzender des Deutschen Fundraisingverbands, Jasna Sonne, Fundraisingberaterin unter anderem für Greenpeace und Ärzte ohne Grenzen, sowie Gabriela Sonnleitner sein, die viele Jahre für die Caritas Österreich tätig war und Kommunikationsleiterin bei Licht für die Welt ist. Themen des Lehrgangs sind unter anderem Unternehmenskooperationen, Erbschaftsmarketing und Online-Fundraising.

Die Akademie informiert auch gern über Fördermöglichkeiten des jeweiligen Teilnehmerbeitrags.

▶ *www.npo-akademie.at*

Online bleibt hip

Das Forum Online Fundraising bietet an zwei Terminen im März die innovativsten und relevantesten Online-Themen für Organisationen. Die Referenten sind Spezialisten im Online-Bereich und sie vermitteln in persönlichem Ambiente packende Inhalte. Das Programm besteht aus verschiedenen Themen für das Online-Fundraising von heute und morgen: Unter anderem stehen Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Content-Strategie auf dem Plan. Wie funktioniert YouTube im Fundraising und warum sollte auch eine digitale Strategie vorhanden sein? Das Forum zeigt neueste Entwicklungen und was im Online-Fundraising funktioniert und wichtig ist. Für Freiwillige gibt es auch eine Live-Analyse vor Ort. Dabei sollen Optimierungspotenziale in SEO, SEA (Suchmaschinenmarketing)und Social Media aufgedeckt werden. Die Anmeldung für beide Termine ist bis 15. März 2015 unter sabine-wagner-schaefer@bertelsmann.de möglich. Für alle Online-Fundraiser und interessierten Fundraiser aus Organisationen und Stiftungen ist die Teilnahme kostenlos.

Forum Online Fundraising am 24. März in Köln und am 26. März in Berlin.

#DFK15

Der Deutsche Fundraising Kongress findet in diesem Jahr nicht wie gewohnt im April, sondern erst im Mai statt. Der Startschuss für zehn Workshops und mehr als 60 Seminare fällt am 15. Mai um 10 Uhr in Berlin. Anlässlich der Eröffnung konnte Margot Käßmann als eine der Keynote-Speaker gewonnen werden. Unter den Referenten werden unter anderem Katja Prescher (getunik, Zürich) und Gerhard Wallmeyer (Greenpeace) sein. Ebenso mit dabei ist Van Bo Le-Mentzel, der Entwickler der Hartz-IV-Designermöbel.

Die Themenpalette ist wie immer enorm breit und wird dieses Mal auf fünf Themencluster aufgeteilt. Das sind zum einen „Fundraising-Methoden“ und „Großspender“. Hier wird beispielsweise Moritz Freiherr von Knigge über den Umgang mit Groß- und Kleinspendern referieren. Die weiteren Themencluster

sind „Digitales“, „Innovationen und Trends“ und „Organisation und Recht“.

Ein heikles Thema ist in vielen Lebensbereichen Geld; speziell über die Höhe des eigenen Gehaltes wird nur ungern bis gar nicht gesprochen. Auf dem Kongress werden Fakten und Zahlen auf den Tisch gelegt: Wie viel darf man im Fundraising verdienen? Weitere Themenfelder sind unter anderem Potenziale des Crowdfunding, Spendermotivforschung und Relationship-Fundraising.

Die Tradition des Deutschen Fundraising Preises wird auch in diesem Jahr im Rahmen des Kongresses fortgesetzt. Man darf jetzt schon gespannt sein, welche der Nominierten die begehrte Trophäe (Foto) mit nach Hause nehmen werden.

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

Erfolg lernen.
www.fundraisingakademie.de

Mein Engagement soll mein Job werden!

UNSER STUDIENGANG ZUM FUNDRAISING-MANAGER IST DAFÜR EINE HERVORRAGENDE CHANCE.

▶ www.fundraisingakademie.de

München geht stiften

Etwa 1000 rechtsfähige Stiftungen existieren alleine in der bayerischen Landeshauptstadt. Aus der Bürgergesellschaft ist das Konstrukt Stiftung nicht mehr wegzudenken. Beim 2. MünchnerStiftungsFrühling können Bürger entdecken, wo in München überall Stiftungen drin stecken, und wie diese unseren Alltag durchdringen.

Die Veranstaltungswoche startet mit einem Auftakt in der BMW Welt am 20. und 21. März. Beim StiftungsMarkt können die Besucher direkt mit den Stiftungsmitarbeitern in Dialog treten und sich an den Messeständen über aktuelle Projekte informieren. In Diskussionsrunden, Workshops, Vorträgen und bei anderen Veranstaltungen des StiftungsForums bleibt Zeit, Themen zu vertiefen. Auch Inhalte rund ums Thema Stiftungsmanagement sind vertreten. Wer darüber hinaus daran interessiert ist, die Projekte vor Ort kennenzulernen, kann das an den Folgetagen (22.–26. März) tun: Hier öffnen die Stiftungen ihre Pforten und laden dazu ein, geförderte Projekte hautnah zu erleben.

2. MünchnerStiftungsFrühling, 20. bis 26. März 2015 an diversen Orten in München

Major Giving INSTITUTE

NEU

Major Giving Workshop

Spenderrecherchen in der Praxis

Großspender und Großspenderinnen finden
Interessen und Förderpotenzial identifizieren
Fundraising-Aktivitäten fokussiert planen und umsetzen

- Interaktiver Tagesworkshop
- Leitung: Dr. Marita Haibach & Jan Uekermann
- Via Video-Call: erfahrene Prospect Researchers aus Deutschland, UK und USA
- 11. Februar 2015, 10 bis 17 Uhr in Frankfurt/Main

Informationen & Anmeldung zum Tagesworkshop sowie Termine 2015 (Kurs 4) der Weiterbildung 'Großspenden-Fundraiser/in' auf **www.major-giving-institute.org**

Wege zu mehr Philanthropie:
Major Donors
finden
gewinnen
binden

Die sozialen Unternehmer

Auf der ConSozial ging es am 5. und 6. November 2014 um wichtige Unternehmensfragen: Personalentwicklung, Management-Trends und Anlagestrategien. An den Messeständen präsentierten sich zum Beispiel Anbieter großer Softwarehersteller, die mit ihren Produkten die Organisation der Pflege erleichtern und optimieren wollen. In ihrem Seminarangebot bediente die Messe in Nürnberg auch Themen wie Inklusion, demografischer Wandel und Mitarbeiter-Beteiligung. Interessanterweise fand ein Thema, das ansonsten gerne mit den sogenannten Non-Profit- (oder Social-Profit) Unternehmen verbunden wird kaum statt: Fundraising. Weder im Management-Panel noch in der Messehalle spielte Fundraising eine Rolle. Die Fahne hoch hielt ein einsames Seminar zur Einführung ins Fundraising. Was sagt dies aus über die sozialen Unternehmen und über die Bedeutung von Fundraising? Erstens zeigt es, dass sich soziale Träger verstärkt als Unternehmen mit einem Geschäftsmodell begreifen und dass über das Subsidiaritäts-Prinzip die soziale Landschaft nach wie vor gut finanziert ist. Und es verdeutlicht, dass Fundraising noch längst nicht den Einzug in die Führungsebene geschafft hat. Auch soziale Unternehmen mit einem guten Geschäftsmodell sind früher oder später auf zusätzliche Mittel angewiesen. Dies spielt bisher offenbar nur eine untergeordnete Rolle und ist weit entfernt von der viel beschworenen „Institutional Readiness". Da ist noch viel zu tun.

Wiebke Doktor

Vermögensmanagement in Stiftungen

Der Großteil der deutschen gemeinnützigen Stiftungsvermögen wird nicht professionell verwaltet. Die Renditen sind geringer, als sie sein könnten. Deshalb hat die Private Banking Prüfinstanz anhand eines konkreten Falls einer nur mäßig großen Stiftung Vermögensmanager im deutschsprachigen Raum auf ihre Leistungen getestet. Am 2. März referieren die Prüfer in Frankfurt ebenso darüber wie auch über die Besten im Test. Zusätzlich geben Experten des Stiftungsrechts und der Stiftungsberatung Antworten auf aktuelle Fragen des Stiftungsmanagements.

▶ *www.forum-institut.de*

DEUTSCHER
FUNDRAISING
KONGRESS

2015

19 – 21
MAI 2015
BERLIN

DISKUSSIONEN UND INFORMATIONEN ZU DEN THEMENCLUSTERN:

› FUNDRAISINGMETHODEN
› GROSSSPENDER / MAJOR-GIVING
› TRENDS UND INNOVATIONEN
› DIGITALES
› ORGANISATION UND RECHT

PROGRAMM
JETZT ONLINE!

WWW.FUNDRAISING
-KONGRESS.DE

Was in der westlichen Welt Gebrauchsgegenstand und selbstverständlich ist, ist in Entwicklungsländern beinahe Luxus: eine passende Sehhilfe. Für den Verein EinDollarBrille e.V. fertigen Optiker vor Ort zu einem Materialpreis von etwa einem Dollar einfache und robuste Brillen an (Foto) und verkaufen sie für umgerechnet rund fünf Euro an die Einwohner. So können Kinder mit Sehschwäche lernen, Erwachsene finden mit Brille schneller eine Arbeit, mit der sie ihre Familie ernähren können. Die Else Kröner-Fresenius-Stiftung, die sich unter anderem für medizinisch-humanitäre Projekte einsetzt, sorgt nun mit ihrer finanziellen Hilfe in Höhe von 50 000 Euro dafür, dass in Malawi diese dringend benötigte Unterstützung ein weiteres Jahr fortgeführt werden kann.

► *www.eindollarbrille.de*

Gemeinsam für Bildung

Die Rheinische Stiftung für Bildung, Wissenschaft und berufliche Integration hat im Dezember das Projekt „Binas – Bildung nachhaltig spenden" ins Leben gerufen. Mit der internetbasierten Vermittlungsinitiative sollen kleine Vereine aus dem Raum Köln, die sich im Bereich Bildung engagieren und dafür Projektideen entwickelt haben, mit mittelständischen Wirtschaftsunternehmen zusammengebracht werden. Denn oftmals fehle es innovativen Bildungsprojekten einfach an Know-how und Fachpersonal, um Fundraising betreiben zu können, so Schirmherr Prof. Dr. Michael Urselmann, Professor für Sozialmanagement an der Fachhochschule Köln. Da auch viele Wirtschaftsunternehmen sich engagieren wollten, sei das der geeignete Ansatz für eine Zusammenarbeit. Ziel ist es, nachhaltige Kooperationen zu begründen und innovative Ideen im Bereich Bildung anzuschieben. Die Stiftung leistet dabei Starthilfe, damit eine langfristige Partnerschaft zwischen Verein und Unternehmen wachsen kann. Die Binas-Serviceleistungen sind für Projektgeber und Förderer kostenlos, die Verwaltungskosten trägt die Stiftung. Spenden fließen zu 100 Prozent in die Projekte.

► *www.binas.rheinische-stiftung.de*

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

Europaweiter Stiftungsstatus kommt nicht zustande

Der Entwurf eines europäischen Stiftungsstatus, den die EU-Kommission seit anderthalb Jahren verhandelt hatte, wurde im Dezember von der österreichischen Regierung abgelehnt. Er sah für Stiftungen, die grenzüberschreitend in Europa tätig sind, einheitliche Bedingungen in der EU, mehr Rechtssicherheit und niedrigere Kosten vor allem in der Verwaltung vor. Außerdem wäre damit die Zusammenarbeit im Gemeinnützigkeitssektor in ganz Europa stark verbessert worden. Dr. Günther Lutschinger, Geschäftsführer des Fundraising Verband Austria, übte Kritik an der Entscheidung: „Wir sind von der Bundesregierung absolut enttäuscht!"

► *www.fundraising.at*

Stiftung Mercator fördert Studenten mit Migrationshintergrund

In Deutschland haben aktuell 23 Prozent der Studierenden einen Migrationshintergrund, wie das Deutsche Studentenwerk mitteilt. Sie stammen meist aus Familien, die keine akademische Bildung besitzen. Um sie zu unterstützen, entwickelte das Deutsche Studentenwerk zusammen mit der privaten Stiftung Mercator das Programm „Studium+M. Programm für mehr Studierende mit Migrationshintergrund". Die insgesamt rund eine Million Euro, die die Stiftung Mercator zur Verfügung stellt, erhalten die Studentenwerke Bonn, Darmstadt, Köln, Marburg und Thüringen.

► *www.stiftung-mercator.de*

Kirche begegnet zeitgenössischer Kunst

100 000 Euro stellt die Hanns-Lilje-Stiftung, die den Dialog von Kirche mit Wissenschaft, Wirtschaft, Technik, Politik und Kunst fördert, zur Verfügung, um die gemeinsame Arbeit mit der Evangelisch-lutherischen Landeskirche Hannover auszuweiten. Das Projekt, welches speziell die Begegnung von Kirche mit zeitgenössischer Kunst und Kultur ausbauen will, ist auf vier Jahre angelegt. Begünstigt werden 14 Gotteshäuser und kirchliche Einrichtungen, darunter die St. Michaelis Kirche in Hildesheim und die Gnadenkirche zum Heiligen Kreuz in Hannover.

► *www.lilje-stiftung.de*

Morgenmahlzeit für Kinder in Äthiopien

Ein gesundes Frühstück bildet die Grundlage für den Tag. In der äthiopischen Hauptstadt Addis Abeba zum Beispiel bleiben die meisten Kinder jedoch hungrig. Die Stiftung Menschen für Menschen Schweiz versorgt deshalb seit Dezember zusammen mit der ortsansässigen Organisation von Abebech Gobena Kinder mit einem „Zmorge", also einem Frühstück. Eine Spende von 80 Schweizer Franken (umgerechnet rund 67 Euro) reicht bereits aus, damit ein Kind ein Jahr lang jeden Morgen frühstücken kann.

► *www.menschenfuermenschen.ch*

Projekte zur Jugendintegration ausgezeichnet

Die Gewinner des „Hidden Movers Award 2014", mit dem die Deloitte-Stiftung Initiativen auszeichnet, die sich für die gesellschaftliche Integration Jugendlicher einsetzen, stehen fest. Das Preisgeld von 70 000 Euro teilen sich die Projekte „Integration und Förderung der Jugendlichen" des FC Sportfreunde 1920 Schwalbach e. V. aus Sulzbach, die Schülerfirma „VeddelERleben" aus Hamburg, die eine Sporthalle für Veranstaltungen der Berufsorientierung nutzbar macht, und die soziale Plattform „Kultur-Netzwerker" aus München.

► *www.deloitte-stiftung.de* ► *www.hidden-movers.de*

Allianz-Kulturstiftung erhält Kulturförderpreis

Der Deutsche Kulturförderpreis, den der Kulturkreis der deutschen Wirtschaft jedes Jahr zusammen mit dem Handelsblatt und der Süddeutschen Zeitung vergibt, ging am 25. November an die Allianz Kulturstiftung. Sie wurde in der Kategorie „Große Unternehmen" für die Dialogreihe „Das Weiße Meer – Literaturen rund um das Mittelmeer" geehrt, bei der regelmäßig Journalisten, Schriftsteller und Aktivisten aus Mittelmeerländern zu Gast sind. Die Allianz Kulturstiftung initiiert die Veranstaltung regelmäßig zusammen mit dem Literarischen Colloquium Berlin.

► *www.kulturkreis.eu/kulturfoerderpreis* ► *https://kulturstiftung.allianz.de*

Nominierungen für Deutschen Umweltpreis

Die Deutsche Bundesstiftung Umwelt (DBU) würdigt seit 1993 mit dem Deutschen Umweltpreis einzelne Personen, Unternehmen oder Organisationen, die sich in besonderem Maß für den Schutz der Umwelt eingesetzt haben oder einsetzen. Mit 500 000 Euro ist er der am höchsten dotierte unabhängige Umweltpreis Europas. Bis zum 15. Februar reichen nun rund 130 Institutionen wie Forschungs- und Naturschutzeinrichtungen, Arbeitgeber- und Branchenverbände, Kirchen, Gewerkschaften und Medien bei der DBU-Geschäftsstelle in Osnabrück Vorschläge ein, wer den Preis bekommen soll. Eine unabhängige Jury, bestehend aus 16 Experten aus Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft, trifft aus diesen Vorschlägen eine Auswahl. Auf dieser Basis entscheidet dann das DBU-Kuratorium, wer der oder die Preisträger sind. Die festliche Verleihung, zu der auch Bundespräsident Joachim Gauck erwartet wird, findet am 25. Oktober in Köln statt.

► *www.dbu.de/umweltpreis*

Dank der „Ronald McDonald Häuser" der „Mc Donalds Kinderhilfe Stiftung" können Familien schwerkranker kleiner Patienten eine Unterkunft finden, während die Kinder in einem Krankenhaus in der Nähe behandelt werden. In Sankt Augustin wurde am 21. November nun das 20. Haus eröffnet. Schirmherr ist Oliver Pocher (Foto, 3. v. l.); das Motto der Eröffnungsveranstaltung lautete passend dazu „Mit pochendem Herzen". Der deutsche Komiker und Schauspieler ist selbst Vater. „Ich bin glücklich und dankbar, dass meine Kinder gesund sind. Viele Eltern haben dieses Glück nicht", sagt er. 25 Apartments stehen zukünftig hier für Angehörige zur Verfügung.

► *www.mcdonalds-kinderhilfe.org*

► *www.asklepios.com/sanktaugustin*

Kommunikationspreis KOMPASS an vier Stiftungen verliehen

„Kommunikation schafft die nötige Transparenz und verstärkt die Wirkung unseres stifterischen Handelns", sagte Prof. Dr. Michael Göring, Vorsitzender des Vorstandes des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen, anlässlich der Verleihung des Kommunikationspreises KOMPASS am 20. November in Berlin. Er unterstrich damit, wie wichtig das Thema Kommunikation gerade für Stiftungen ist. Die undotierte und deutschlandweit einzige Auszeichnung für Stiftungskommunikation wurde in vier Kategorien verliehen. Preisträger sind die Eberhard von Kuenheim Stiftung der BMW AG aus München (Gesamtauftritt), die Albert Schweitzer Stiftung – Wohnen & Betreuen aus Berlin mit ihrem Projekt „Fotokalender 2014" (Projektkommunikation) und die Bürger.Stiftung.Halle aus Halle/Saale, die mit der Plakat- und Postkartenkampagne „Gehen Sie stiften!" in der Kategorie Einzelne Kommunikation die Expertenjury aus Fachleuten des Stiftungswesens sowie aus der Medien- und Kommunikationsbranche überzeugen konnte. In der Sonderkategorie „Bester Jahresbericht" setzten sich die Kommunalen Stiftungen Münster durch.

► *www.stiftungen.org*

Advertorial

Aktuell: Stiftung und Sponsoring

In seiner aktuellen Ausgabe widmet sich das Magazin „Stiftung & Sponsoring" dem Thema „Grenzen überschreiten – Dynamiken im internationalen Stiftungswesen". Gerry Salole, Geschäftsführer des European Foundation Centre, berichtet im Gespräch über seinen Einsatz für die Anliegen europäischer Stiftungen und erklärt, warum internationale Kooperationen notwendig sind. Weiterhin befasst sich das Magazin mit dem Stiften und Spenden über Landesgrenzen hinweg und stellt die Arbeit der neu gegründeten DSZ – Global Giving Foundation vor, die weltweites Fördern unterstützt. Außerdem werden anhand von Beispielen grenzüberschreitender Aktivitäten die Entwicklungen im internationalen Stiftungssektor beleuchtet. Auf den Roten Seiten beschäftigen sich Susanne Kutz und Annika Noffke mit dem Thema „Geschichten erzählen – Wie Stiftungen mit Storytelling arbeiten (können)". Beiträge dazu lieferten auch Maike Gosch, Katja Fausser, Susanne Krüger und Burkhard Schaffitzel.

► *www.stiftung-sponsoring.de*

Geduld und Augenhöhe

Strategien zu Fördermitteln von US-Stiftungen

Eine vielfältige Finanzierung ist zum Imperativ für den Non-Profit-Sektor geworden. Organisationen sollten einige Strategien bedenken, wenn sie Förderung aus dem Ausland suchen.

Von EELCO KEIJ

Viele internationale Non-Profits kennen die Statistiken vom Foundation Center, die zeigen, dass Non-Profit-Organisationen außerhalb der USA mit circa 1,5 Milliarden US Dollar gefördert werden – eine atemberaubende Menge. Zusätzlich wurde dieser Betrag nicht unter ein paar Glücklichen aufgeteilt. Fast 15 000 Non-Profits hatten weltweit einen Anteil an diesem Multi-Millionen-Dollar-Kuchen.

WACHSTUM IN DER INTERNATIONALEN FÖRDERUNG

Es gibt drei Arten von Fördermittelgebern: Privatstiftungen, öffentliche Förderorganisationen und Direktspenden-Programme von Unternehmen.

In den USA unterscheiden sich Privatstiftungen, wie die Ford Stiftung, häufig von öffentlichen Organisationen. Ihre Fördermittel stammen nämlich eher aus einem einzelnen Investment oder aus der Spende einer Person, einer Familie oder eines Unternehmens als aus den regelmäßigen Zuwendungen verschiedener öffentlicher Quellen. Diese Privatstiftungen nutzen ihre Mittel zur Förderung wohltätiger Organisationen und gemeinnütziger Aktivitäten. Es gibt in den USA über 110 000 Fördermittelgeber. Im Jahr 2011 unterstützten sie internationale Aufgaben mit 7 Milliarden US-Dollar, wovon ungefähr 3,5 Milliarden US-Dollar an Empfänger aus Übersee gingen.

Die gute Nachricht: Der Markt an US-Stiftungen wächst kontinuierlich. Im Jahr 2011 stieg die Gesamtzahl an Spenden in den USA im Vergleich zu 2010 um 4 Prozent auf 298,42 Milliarden US-Dollar, wovon das meiste von Einzelpersonen kam (circa 218 Milliarden US-Dollar). Geschätzte 42 Milliarden wurden von Nicht-Unternehmens-Stiftungen bereitgestellt, was einen bescheidenen Rückgang von 1,3 Prozent im Vergleich zum Jahr 2010 beträgt. Unternehmen und Unternehmens-Stiftungen zeigten ein ähnliches Geber-Verhalten wie 2010, indem sie 14,5 Milliarden US Dollar beisteuerten. Interessanterweise stiegen die Spenden an internationale Anliegen im Jahr 2011 um 4,4 Prozent an.

Diese Zahlen zeigen, dass wir zum Niveau vor der Rezession zurückgekehrt sind. Religion ist der Bereich im Inland, den US-Stiftungen am häufigsten fördern. Gesundheit, gefolgt von Entwicklung und Umwelt sind die Bereiche, die US-Stiftungen am häufigsten im internationalen Feld fördern.

DER SCHLÜSSEL ZUR VORAUSWAHL

In jeder Stiftung vergleicht und überwacht der Programm-Direktor die Förderungen.

Ein übermäßiger Zufluss von Anträgen führt oft dazu, dass der Beauftragte einen Mechanismus zur Selbstverteidigung aufbauen muss, um den geschmeidigen Fortlauf einer überlasteten Stiftung zu gewährleisten.

„Keine Anträge akzeptiert“ oder „wir fördern nur vorausgewählte Organisationen“ sind Sätze, die Sie vielleicht auf der Förderantragsseite von Stiftungen gelesen haben. „Kalte Anträge“ einzureichen, scheint eine grobe Zeitverschwendung für beide Parteien. Wie kommt eine Organisation also in die Vorauswahl?

Aus meiner Sicht wurde der Fundraising-Prozess nach der Rezession auf drei Phasen in folgender Ordnung reduziert: Recherche, informeller Kontakt und Kultivierung.

Zuerst müssen Sie Ihre Hausaufgaben erledigen. Welche der über 110 000 verfügbaren Förderstiftungen sollten Sie kontaktieren und welche sollten Sie in Ruhe lassen, um Zeit zu sparen? Nur durch eine gewissenhafte Recherche in mehreren Quellen – Datenbanken, steuerliche Erfassungen, Jahresberichte und Stiftungs-Webseiten – in einer sinnvollen Ordnung können Sie Ihre Suche auf eine akzeptable Liste von 20 bis 40 potenziellen Kandidaten einschränken. Selbst danach gilt die Warnung noch: Schicken Sie keine „kalten Anträge“, sondern konzentrieren Sie sich zuerst auf einen informellen Kontakt. Wenn das gelingt – und das kann ein langer, diplomatischer Prozess sein – und Zurückweisungen ausbleiben, kann die Phase der Kultivierung beginnen.

Stiftungen spenden nicht an Non-Profits, sondern Menschen geben Menschen. Sie wollen Sie kennenlernen und Ihnen vertrauen. Geben Sie der Zeit eine Chance, dass ein Gefühl der Partnerschaft zwischen Ihnen und der Organisation entsteht, an die Sie herantreten. Finden Sie genau heraus, wie Sie sich gegenseitig unterstützen können. Das ist keine Einwegstraße und es kann bis zu zwei Jahre dauern, bis Sie dazu eingeladen werden – also in der Vorauswahl sind, um einen Förderantrag zu stellen. ■

Eelco Keij *ist der Gründer von KeyLance Consultancy, einer in New York ansässigen Beratungsfirma, die sich auf Fundraising und Lobby-Strategien für internationale Non-profit-Organisationen spezialisiert hat. Er hat über zehn Jahre Erfahrung im internationalen Entwicklungssektor, unter anderem als Berater, Fundraiser, Stratege und Trainer. Er arbeitet in etlichen Ländern mit verschiedenen Beratungs-Agenturen zusammen und war Referent beim International Fundraising Congress 2014.*
KeyLance Consultancy bietet kostenlose 20-minütige Skype-Beratungen für ernsthafte Anfragen an.
► *www.keylance.org*

20. - 26. März 2015
Auftakt in der BMW Welt am 20./21. März

MÜNCHNER STIFTUNGS FRÜHLING

Münchner Stiftungen und Partner stellen sich vor.

www.muenchnerstiftungsfruehling.de

Zwischen Konstanz und Risiko

Verantwortungsvolle Vermögensverwaltung durch Stiftungen

Stiftungen sind rechtlich verselbstständigte, einem bestimmten Zweck gewidmete Vermögen, kurz personifizierte Zweckvermögen. Die Erfüllung des Zwecks und die Verwaltung beziehungsweise Anlage des Vermögens sind daher unerlässliche Elemente jeder Stiftung.

Von DR. CHRISTOPH DEGEN

Grundsätzlich ist der Stiftungsrat für die Vermögensverwaltung zuständig und verantwortlich, wobei eine abweichende Regelung in der Stiftungsurkunde oder dem Reglement möglich ist. Als zuständiges Stiftungsorgan ist er zu einer sorgfältigen und getreuen Vermögensverwaltung verpflichtet und haftet dabei für jedes Verschulden, das heißt auch für leichte Fahrlässigkeit. Verfügt das zuständige Stiftungsorgan nicht über die nötige Sachkenntnis, sind qualifizierte Fachleute hinzuzuziehen. Dennoch bleibt es verantwortlich für eine sorgfältige Auswahl, Instruktion und Überwachung der Fachleute.

Zur verantwortungsvollen Vermögensverwaltung gehört es, die konkreten finanziellen Bedürfnisse der Stiftung zu eruieren, die Situation und Entwicklungen auf den Anlagemärkten zu analysieren sowie eine zur Stiftung passende Anlagestrategie zu definieren. Es gilt dann, der Strategie entsprechende Anlagen auszuwählen, die Anlagetätigkeit zu überwachen und sie einer Risikobeurteilung zu unterziehen. Gegebenenfalls sind Korrekturen vorzunehmen.

Gemeinnützige Stiftungen unterstehen in der Schweiz keinen spezifischen Anlagevorschriften. Bei der Anlage des Stiftungsvermögens gelten für sie im Grunde lediglich die generellen prudent investor rules. Dies sind die Gebote der Sicherheit, Risikoverteilung, angemessenen Rendite und ausreichenden Liquidität:

Sicherheit bedeutet, in qualitativ einwandfreie Anlagen zu investieren und auf die Bonität der Schuldner zu achten. Sie umfasst zudem das Gebot der Substanzerhaltung durch Anlagen auch in Sachwerte. Die Risikoverteilung oder Diversifikation gebietet eine angemessene Aufteilung der Anlagen, vor allem auf verschiedene Schuldner, Regionen, Branchen, Sach- und Nominalwerte.

Das Erfordernis der angemessenen Rendite erlegt den Stiftungen auf, einen marktkonformen Ertrag zu erzielen. Dazu zählen insbesondere Zinsen, Dividenden und mindestens zum Teil auch Kursgewinne. Das Gebot der Liquidität verlangt, dass dauernd genügend flüssige Mittel für die Erfüllung des Stiftungszwecks vorhanden sind. Eine gute Handelbarkeit der Anlagen sowie eine Aufteilung in kurz-, mittel- und langfristige Anlagen sind wichtig.

Die einzelnen prudent investor rules stehen in einem gewissen Spannungsverhältnis zueinander. Besonders gilt dies für die Gebote der Sicherheit und der angemessenen Rendite. Das zuständige Stiftungsorgan hat daher für ein ausgewogenes Verhältnis bei der Umsetzung dieser Gebote zu sorgen. Die Gewährleistung einer dauerhaften Erfüllung des Stiftungszwecks muss dabei das Ziel sein.

Eine wichtige und häufig übersehene Konsequenz der prudent investor rules ist, dass ein substanzieller Anteil an Sachwerten, allen voran Aktien, in jedes Stiftungsportefeuille gehört. Das Gebot der Sicherheit verlangt unter anderem die Substanzerhaltung des Stiftungsvermögens, was Anlagen auch in Sachwerte erforderlich macht. Ebenso gebietet die Risikoverteilung eine angemessene Aufteilung in Sach- und Nominalwerte. Die geforderte genügende Rendite kann in Niedrigzinsphasen durch Nominalwerte allein kaum erzielt werden. Vielmehr ist auch in dividendenstarke Aktien zu investieren. Dies entspricht auch dem Gebot der ausreichenden Liquidität.

Hier gilt es Hemmschwellen und Ängste in den Stiftungsorganen gegenüber Aktien beziehungsweise höheren Aktienanteilen in den Portefeuilles abzubauen. Ein sachgerechter Umgang mit Volatilitäten, das heißt zum Beispiel Schwankungen von Aktienkursen und Zinsen, ist erforderlich. Dabei sollten vor allem Aktien bonitätsmäßig einwandfreier Unternehmen ausgewählt, auf die Dividende geachtet und Wertschwankungsreserven gebildet werden. Zudem ist ein langer Anlagehorizont zu beachten. Für die prinzipiell „auf ewig" bestehenden Stiftungen – vorbehaltlich Verbrauchsstiftungen – sollte dies jedoch kein Problem sein. Wichtig ist auch, den eingeschlagenen Weg fortzusetzen und bei Verwerfungen an der Börse keine Kurzschlusshandlungen, namentlich überstürzte Vermögensumschichtungen, zu begehen.

Ein weiterer wichtiger Aspekt für das zuständige Stiftungsorgan beziehungsweise die eventuell hinzugezogenen Fachleute ist die Vermeidung von Reputationsrisiken aufgrund problematischer Anlagen. Dazu dienen einerseits Ausschlusskriterien beziehungsweise Negativlisten für bestimmte Anlagen, andererseits können auch positive Auswahlkriterien definiert werden, die etwa von einem best in class-Ansatz bis hin zu einem nachhaltigen Anlageuniversum reichen. Zu beachten ist, dass auch nachhaltige Anlagestrategien den prudent investor rules zu genügen haben.

Ungeachtet der konkreten Ausgestaltung der Vermögensverwaltung hat das zuständige Stiftungsorgan für eine angemessene Formalisierung der Anlagetätigkeit zu sorgen. Hierzu gehören eine klare Protokollierung, sorgfältig ausgearbeitete Verträge mit externen Dienstleistern und gegebenenfalls Anlagereglements.

*Rechtsanwalt **Dr. Christoph Degen** ist Partner von DUFOUR Advokatur Notariat, Basel, und Geschäftsführer von proFonds, dem Dachverband gemeinnütziger Stiftungen der Schweiz. Er ist Dozent am Verbandsmanagement Institut der Universität Fribourg (VMI) und am Centre for Philanthropy Studies (CEPS) der Universität Basel. Der Autor ist selbst Stifter und engagiert sich als Stiftungsrats- beziehungsweise Vorstandsmitglied und Berater bei verschiedenen gemeinnützigen Stiftungen und Vereinen.*
► *www.profonds.org*

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

2 kostenlose **Probehefte** jetzt anfordern

Fachwissen & Diskussion

PERSONALMANAGEMENT IN STIFTUNGEN

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

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

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

Mehr als ein Mythos

Impact Investing im deutschen Stiftungswesen

„Lassen Sie uns über zweckbezogene Vermögensanlage diskutieren!" – diese Aufforderung sandte die Studie „Mission Investing im deutschen Stiftungssektor" im Jahr 2012 aus. Das Thema besetzte damals nicht mehr als eine Nische in den Diskussionen rund um die Vermögensanlage. Diese Zeiten sind vorbei.

Von BERENIKE WIENER

Auch wenn heute erst ein kleiner Teil von Stiftungen sein Geld zweckbezogen investiert – gesprochen hat mindestens jeder für Vermögensanlage Zuständige bereits darüber, wie nicht nur mit den Erträgen Wirkung erzielt wird, sondern auch mit der Anlage selbst. Die Abstufungen sind dabei mannigfaltig: Während Impact Investing von einer positiven Wirkung der Vermögensanlage ausgeht, vereint Mission Related Investing Zweck der Stiftung und Anlage des Vermögens zu einem Ziel.

Ein wichtiger Schritt zur Popularisierung dieses Investitionsansatzes war der Expertenkreis Mission Investing, der 2013 unter dem Dach des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen und der Federführung der Eberhard von Kuenheim Stiftung gegründet worden ist. Sein Ziel: Bewusstsein für Impact Investing beziehungsweise Mission Related Investing im Dritten Sektor und darüber hinaus zu stärken und zum Handeln anzuregen. Der Expertenkreis identifiziert und entwickelt die für Stiftungen benötigten Instrumente, um Mission Related Investment umzusetzen.

Der MRI-Pilotfonds ist das erste Anlageprodukt für Stiftungen, das aus dem Expertenkreis heraus entstanden ist. Der Pilotfonds investiert in Projekte und Organisationen im Bildungsbereich im deutschsprachigen Raum. Damit unterstützt der Fonds den Satzungszweck Bildung der investierten Stiftungen. Das Volumen des Fonds kann bis zu einer Million Euro betragen, bisher verbindlich engagiert sind die BMW Stiftung Herbert Quandt, die Eberhard von Kuehnheim Stiftung der BMW AG, Dr. Rudolf und Christa Castringius Kinder- und Jugend-Stiftung München, Schweisfurth-Stiftung, die Hoffnungsträger Stiftung sowie der Bundesverband Deutscher Stiftungen. Der bereits von der BaFiN zugelassene Fonds wird bei der Umsetzung sowie der Auswahl von Investitionsprojekten von BonVenture, Risikokapitalgeber für soziale Investments, begleitet.

Prof. Dr. Franz-Theo Gottwald von der Schweisfurth-Stiftung sieht in dem Fonds eine echte Pionierarbeit: „Wir erwarten ein zunächst langsames, dann aber sich beschleunigendes Wachsen von Angeboten zu Mission Related Investment. Neben dem Bildungsthema können das Umweltthema, das Energiethema und das Gesundheitsthema so schlüssig mit Mission Related Investments bearbeitet werden, dass schnell neue Fonds entstehen werden. Auch Mikrokreditfonds können in diese Richtung gehen. Schließlich sind soziale Zwecke, die deutsche Stiftungen verfolgen, ebenfalls mit Stiftungskapital so zu hinterlegen, dass neue Entwicklungen im Feld des Sozialunternehmertums ein günstigeres investives Umfeld finden."

Berenike Wiener
leitet beim Bundesverband Deutscher Stiftungen das Referat Stiftungsmanagement und Corporate Sektor. Schwerpunkt hierbei ist die strategische Vermögensverwaltung bei Stiftungen sowie das Themenfeld nachhaltige Geldanlagen und Mission Investing. Seit Juli 2014 ist sie zertifizierte Financial Consultant (Frankfurt School of Finance and Management).
► *www.stiftungen.org*

Mehr zum Thema Stiftungen

Publikationen des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen

Verzeichnis Deutscher Stiftungen
Berlin 2014 | 8., erweiterte Auflage

Unverzichtbar für Fördersuchende und Kooperationswillige

Das umfangreichste Nachschlagewerk zum deutschen Stiftungswesen: Das bundesweite Stiftungsregister des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen umfasst über 22.700 Stiftungsporträts in drei Bänden und auf CD-ROM.

Bände 1–3 mit CD-ROM
ISBN: 978-3-941368-59-0
279,- €*

Bände 1–3
ISBN: 978-3-941368-60-6
199,- €*

CD-ROM
ISBN: 978-3-941368-61-3
199,- €*

Auch als E-Book!

Hedda Hoffmann-Steudner
Die Gründung einer Stiftung
Ein Leitfaden für Stifter und Berater
StiftungsRatgeber Band 1
2014 | 160 Seiten | 19,80 €*
ISBN: 978-3-941368-53-8

Auch als E-Book!

Hans Fleisch
Stiftungsmanagement
Ein Leitfaden für erfolgreiche Stiftungsarbeit
StiftungsRatgeber Band 4
2013 | 188 Seiten | 19,80 €*
ISBN: 978-3-941368-50-7

Auch als E-Book!

Burkhard Küstermann, Hedda Hoffmann-Steudner
Stiften und spenden
Treuhandstiftung, Stiftungsfonds und Co. – Gestaltungsmöglichkeiten zur finanziellen Förderung gemeinnütziger Organisationen
StiftungsRatgeber Band 2
2011 | 172 Seiten | 19,80 €*
ISBN: 978-3-941368-14-9

Auch als E-Book!

Hermann Falk
Vermögensanlage
Stiftungsvermögen professionell verwalten – ein Leitfaden
StiftungsRatgeber Band 6
2011 | 128 Seiten | 19,80 €*
ISBN: 978-3-941368-18-7

* Preise in Euro inkl. MwSt. zzgl. Versandkostenpauschale von 3 € bzw. 8 € (Buchausgabe Verzeichnis Deutscher Stiftungen).
Für Mitglieder des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen gelten ermäßigte Preise.

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

Arme Wirtschaft

Um den heißen Brei herum reden ist nicht Erik Reinerts Sache. So heißt es in seinem Buch bereits vor dem Vorwort: „Die wirtschaftstheoretischen Abstraktionen sind mit eine Ursache für die immer stärker werdenden real- und finanzwirtschaftlichen Krisen des Westens." Hier schreibt ganz klar ein Autor, der bei aller fundierter Theorie für die Antworten der Praxis brennt. Die sich immer weiter öffnende Schere zwischen Arm und Reich ist für Reinert grundsätzlicher Kern seines ökonomischen Denkens, aber vor allem Anlass für die Suche nach Antworten auf die Frage, warum das Wirtschaftswachstum weltweit so unterschiedlich ausfällt. Einen Ansatz findet er darin, „dass ein wichtiges deutsches Erbe – das einstige deutsche Ökonomieverständnis – in Vergessenheit geraten ist". Als studierter Ökonom hat er seine Hausaufgaben gründlich erledigt und bewegt sich souverän zwischen den unterschiedlichsten Modellen von Wirtschaftstheorie, langweilt den Leser aber nicht mit trockenen Referaten. Sein „Stammbaum der Ökonomik" ist mit Sicherheit ein Leckerbissen für alle Experten auf dem Gebiet, kann aber vom interessierten Laien genauso gut ignoriert werden, da das Buch auch nicht zuletzt durch den praktischen Fokus die Zusammenhänge zwischen wirtschaftlichen Krisen und sozialen Problemen nicht aus dem Blickfeld verliert. Von vergangenen Kolonialzeiten bis hin zur aktuellen Rolle Mario Draghis und der EZB spannt sich hier ein gut zugänglicher Bogen, der sowohl auf dem Gebiet der Ökonomie Unbelesenen als auch Fortgeschrittenen neue Einsichten liefert.

Rico Stehfest

Erik S. Reinert. Warum manche Länder reich und andere arm sind. Wie der Westen seine Geschichte ignoriert und deshalb seine Wirtschaftsmacht verliert. Verlag Schäfer Poeschel. 2014. 254 Seiten. ISBN: 9783791031842. 24,95 €.

Liebe auf den ersten Blick?

Naturschutz und Demokratie: Sind sie das Traumpaar schlechthin oder haben sie doch eher ein gespaltenes Verhältnis? In der Schriftenreihe politische Ökologie bietet der oekom Verlag einige erfrischende sowie kritische Antworten auf diese Frage. Unter den Autoren sind Stiftungsvorsitzende, Sozialwissenschaftler, Ökologen und Politiker. Die Vielfalt dieser Perspektiven schafft Verständnis dafür, wie Naturschutz auf verschiedenen Ebenen verfolgt wird. Da die Höhen und Tiefen in der Beziehung klar benannt werden, sind einige spannende Denkanstöße garantiert.

Oekom e. V. – Verein für ökologische Kommunikation (Hrsg.): Naturschutz und Demokratie. Höhen und Tiefen einer schwierigen Beziehung. Oekom Verlag. 2014. 145 Seiten. ISBN: 9783865814876. 17,95 €.

Versachlichung der Debatte

Ein schwarzes Schaf kann manchmal den Ruf der ganzen Herde ruinieren. Zumindest könnte man den Eindruck im dritten Sektor haben, wenn durch Intransparenz oder andere Gründe die Arbeit einer Organisation ins Wanken gerät. Stichwort: ADAC. Transparenz ist im dritten Sektor also mindestens genauso von Bedeutung wie in der Wirtschaft. Diese Studie untersucht für den Raum Deutschland, wie Vergleichsmöglichkeiten und Abgrenzungen im Bereich der Mittelherkunft gestaltet sein können oder sollen, um dem berechtigten Ruf nach mehr Transparenz eine allgemeingültige Basis zu geben.

Holger Krimmer et al. (Hrsg.). Transparenz im dritten Sektor. Eine wissenschaftliche Bestandsaufnahme. Bucerius Law School Press. 2014. 208 Seiten. ISBN: 9783863810597. 19,90 €.

Zukunft des Spendens?

In Büchern von Alexander Glück zum Thema Spenden geht es meist um den generellen Zweifel am System des Fundraisings. Sein neues Buch verspricht im Vorwort nun „realitätsnahe und praktikable Ansätze". Doch leider bleibt das Buch dies über weite Strecken schuldig. Doch fangen wir positiv an: Der Beitrag zum Shark-Projekt ist einer der Aufsätze, der einen guten Eindruck vermittelt. Hier will eine Organisation ausgetretene Spendenpfade verlassen und versucht es mit hohem Maß an Ehrenamt und der Vermarktung von Produkten mit Spendenanteil. Richtig diskutiert wird das Thema Spenden von Christoph Mertl und Florian Kaulichs am Beispiel Österreichs, wenn auch mit diskussionswürdigen Lösungsvorschlägen. Andere Beiträge beschäftigen sich nur am Rand mit der Zukunft des Spendens, sind kaum visionär und bringen das Thema wenig oder gar nicht auf den Punkt. Der Beitrag zum österreichischen Waldviertel wirkt zum Beispiel wie ein Fremdkörper. Das Konzept des Buches will einfach nicht aufgehen. Die Beiträge wirken singulär und sind von der Qualität her – positiv formuliert – sehr unterschiedlich. Es wirkt wie eine wahllose Sammlung, ohne Blick für ein großes Ganzes. Eine redaktionelle Linie fehlt völlig. Das hätte ein gutes Vorwort, das die Aufsätze inhaltlich verbindet, zumindest etwas kitten können, aber Fehlanzeige. Stattdessen reibt sich der Herausgeber lieber an alten Kritikern und wirbt für seine anderen Bücher. Dieses Buch bleibt deutlich hinter dem Anspruch des Titels zurück.

Matthias Daberstiel

Alexander Glück (Hrsg.). Die Zukunft des Spendens. Aufsätze aus dem Dritten Sektor. Pagina Verlag. 2014. 143 Seiten. ISBN: 9783944146416. 17,95 €

Standardwerk in neuer Auflage

In den letzten Jahren hat Deutschland immer mehr Stiftungsgründungen erlebt. Inzwischen sind es mehr als 19 500. Das „Stiftungsrechts-Handbuch“ ist Begleiter und Nachschlagewerk für Praktiker und Wissenschaftler gleichermaßen. Die elf Kapitel der aktualisierten und ergänzten Neuauflage beschäftigen sich mit allgemeinen Grundlagen, geben Einblicke in die Geschichte des Stiftungswesens von der Antike bis zum 20. Jahrhundert und zeigen ausführlich, wie eine Stiftung entsteht. Weitere Einzelkapitel beschäftigen sich mit den verschiedenen Stiftungsformen wie Stiftungen des öffentlichen Rechts, kirchliche, kommunale, altrechtliche und unselbstständige Stiftungen. Rechnungslegung und Publizität sowie Stiftungssteuerrecht werden ebenfalls in eigenen Kapiteln eingehend behandelt. Neu in der aktuellen Auflage ist der Blick ins Ausland. Das letzte Kapitel widmet sich dem internationalen Stiftungsrecht. Die Stärke des Buches ist, dass es typische Probleme, die bei der Einrichtung und Verwaltung einer Stiftung auftreten können, zeigt, dem Leser aber gleichzeitig auch praktikable Lösungen mit auf den Weg gibt.

Andreas Richter (Hrsg.), Axel Freiherr von Camphausen. Stiftungsrechts-Handbuch. Verlag C.H. Beck. 2014. 1126 Seiten. ISBN: 9783406647741. 189,00 €.

Armut im Wohlstand

Dass finanzielle und soziale Not auch in der wohlhabenden Schweiz ein Thema ist, verdeutlicht die Zahl von einer Million Menschen, die in der Alpenrepublik in Armut oder knapp über der Armutsgrenze leben. Das erklären die Autoren Claudia Schuwey und Prof. Dr. Carlo Knöpfel im „Neuen Handbuch Armut in der Schweiz“. Bereits 2006 löste das „Handbuch Armut in der Schweiz“ eine politische Debatte aus, die 2013 ein nationales Programm zur Bekämpfung des Problems zur Folge hatte. In der aktuellen Ausgabe gehen die Autoren nun der Frage nach, ob die Bemühungen ausreichend sind und stellen aktuelle Entwicklungen vor. Sie gehen den Ursachen von Armut nach und zeigen, welche konkreten Folgen diese nicht nur für die Betroffenen selbst – zum Beispiel trotz großer Gesundheitsprobleme nicht zum Arzt zu gehen –, sondern auch für die Gesellschaft hat. Die beiden Sozialwissenschaftler haben dafür Daten und Fakten gesammelt, erläutern, wie sich Armut beschreiben und messen lässt, wie Menschen in prekäre Situationen geraten und welche Möglichkeiten es gibt, diese zu überwinden. In einem eigenen Kapitel stellen sie zudem das Schweizer Sozialsystem vor.

Claudia Schuwey, Carlo Knöpfel. Neues Handbuch Armut in der Schweiz. Caritas Verlag. 2014. 286 Seiten. ISBN: 9783855921324. 81,00 €.

Geschichtenerzähler

Wer Menschen bewegen will, sollte ihnen eine Geschichte erzählen. Bloße Informationen aus Zahlen und Fakten werden viel weniger beachtet. Das sogenannte „Storytelling“ ist in den letzten Jahren besonders in der Kommunikation von Unternehmen zu einem großen Thema geworden. Petra Sammer ist seit über 20 Jahren in den Bereichen PR, Marketing und Unternehmenskommunikation tätig und gibt diese Erfahrungen nun in ihrem Buch weiter. Sie erklärt, was jede gute Geschichte haben muss, nämlich einen Grund, erzählt zu werden, einen Helden, einen Anfangskonflikt und Emotionen. Sammer schaut am Anfang kurz in die Vergangenheit und stellt fest, dass das Storytelling wahrscheinlich schon vor mehr als 40.800 Jahren in Form von Höhlenzeichnungen begann. Im Gegensatz dazu trägt sie in einem eigenen Kapitel unserer digitalisierten Welt Rechnung und erklärt, wie man Geschichten auch im Internet erfolgreich vermittelt. Auch für diejenigen, die noch auf der Suche nach einer Story sind, hat sie Tipps, wie man schnell eine gute Anekdote finden kann. Auf den letzten Seiten wagt die Autorin einen Blick in die Zukunft.

Petra Sammer. Storytelling. Die Zukunft von PR und Marketing. O'Reilly Verlag. 2014. 242 Seiten. ISBN: 9783955618186. 24,90 €.

Praktischer Dialog

„Innovatives Dialogmarketing“ heißt das Buch von Vera Hermes. Genau genommen könnte es auch Momentaufnahme Dialogmarketing heißen. Mit vielen Details beschreiben die Herausgeberin und ihre Co-Autoren, wie Mailings, Haushaltswerbung, Websites, E-Mails, Apps und soziale Medien heute für den Kundendialog in Unternehmen, aber auch in Non-Profit-Organisationen eingesetzt werden können. Sehr intensiv beschäftigt sich das Buch mit der Digitalisierung und den daraus resultierenden Kommunikationsbedürfnissen der Kunden, mit denen Unternehmen heute umgehen müssen.

Insgesamt ist es ein praktisches Handbuch für Dialogmarketing. Sehr anregend und durchaus spannend sind die Interviews mit Experten, die jedes Kapitel beschließen und dem Gelesenen nochmals so manchen, auch kritischen Impuls verleihen. Insgesamt ein sehr gelungener Wurf, der sich für selektiv lesende Profis gut und für Einsteiger sehr gut eignet.

Kurt Manus

Vera Hermes (Hrsg.). Innovatives Dialogmarketing. Haufe-Verlag. 2014. 446 Seiten. ISBN: 9783648055052. 59,00 €.

Reichtum und Spenden

Wenn ich einmal reich wär … würden Sie dann spenden oder stiften? Dieser Frage widmet sich dieses Buch aus sozialwissenschaftlicher Sicht. Es spürt der Bedeutung von Reichtum, Verteilungsfragen sowie dem Engagement von reichen Menschen nach. Herangezogen wird da zum Beispiel die Studie „Vermögen in Deutschland“, die immerhin nachweist, dass 77 Prozent der befragten „Reichen“ philanthropisch aktiv sind. Die in dem Zusammenhang oft diskutierte Legitimation von Reichtum wird kritisch hinterfragt. Um das bürgerschaftliche und stifterische Engagement vermögender Menschen einzuschätzen, werden empirische Studien herangezogen und mit Trends im internationalen Rahmen verglichen. Insgesamt ist hier ein spannender Band entstanden, der einen aktuellen, empirischen und gesellschaftskritischen Blick mit vielen Facetten auf das Thema Reichtum und Gesellschaft wirft.

Wolfgang Lauterbach, Michael Hartmann, Miriam Ströing. Reichtum, Philanthropie und Zivilgesellschaft. Springer Fachmedien. 2014. 288 Seiten. ISBN: 9783658060121. 34,99 €.

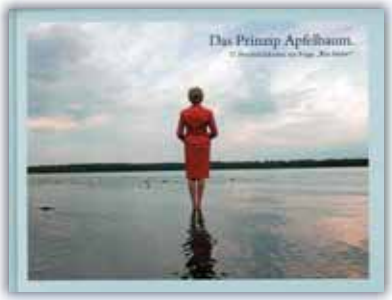
Die Masse machts

Auf gerade mal bescheidene 55 Seiten kommt dieser Ratgeber zum Thema Crowdfunding. Trotzdem scheut die Autorin nicht davor zurück, das Phänomen der Massen-Finanzierung vom Urschleim her zu erläutern. So referiert sie darüber, dass es sich bei der Crowd „trotz phonetischer Ähnlichkeit mitnichten um Kraut im Sinne von Kohl“ dreht. Auch den leicht zu assoziierenden Schwarmeffekt beziehungsweise den der Schwarmintelligenz bemüht Ilona Orthwein, allerdings nur, um ihm im Sinne Sascha Lobos die Intelligenz abzusprechen. Sie kramt ein wenig in der mittelkurzen Geschichte des Crowdfunding und differenziert gründlich die Unterarten wie Crowdinvesting oder Crowdlending. Allen, denen Crowdfunding nach wie vor ein Fremdwort ist, bietet dieser Zugriff in jedem Fall grundlegende Orientierungshilfen. Auch anhand kurzer Porträts mehr oder minder bekannter Plattformen für den Raum D-A-CH zeigt sie die Möglichkeiten und Grenzen sowie bisherige Erfolge und Misserfolge auf. Das ist zweifellos informativ. Fraglich ist nur, wie es dazu kam, dass der Klappentext dieses Buch als „das erste, das sich des Themas in seiner ganzen Komplexität annimmt“ anpreist.

Rico Stehfest

Ilona Orthwein. Crowdfunding. Grundlagen und Strategien für Kapitalsuchende und Geldgeber. Igel Verlag. 2014. 64 Seiten. ISBN: 9783954851027. 24,99 €.

Diesseitige Gedanken



Die Initiative „Mein Erbe tut Gutes. Das Prinzip Apfelbaum“, die die Idee testamentarischer Verfügungen zugunsten gemeinnütziger Organisationen verbreiten will, hat mit dem Titel „Was bleibt?“ einen geradezu stillen Bildband mit auffallend starken Fotografien von Bettina Flitner vorgelegt. Elf Persönlichkeiten, darunter Egon Bahr, Margot Käßmann und Friede Springer, sind jeweils in Umgebungen porträtiert worden, die einen ganz persönlichen Bezug zur jeweiligen Person darstellen. So steht Margot Käßmann beispielsweise bei rauer See am Strand von Ahlbeck auf einem kleinen Fischkutter: der eigene Fels in der Brandung. Ergänzt werden diese eindringlichen Fotografien von kurzen Reflexionen der Porträtierten über die ganz eigene Sichtweise darauf, was von einem selbst bleiben kann oder gar soll. Und so individuell die Porträts, so verschieden fallen auch die Gedanken aus. Durch die Bewusstwerdung des eigenen Hier und Jetzt, ohne sich an das Leben zu klammern, ist den Befragten in ihren jeweiligen Tätigkeitsfeldern Herausragendes gelungen. Grundlage dessen ist das, was Susanne Anger im Vorwort den Unterschied zwischen „Gutmenschen“ und „guten Menschen“ nennt.

Dieser inspirierende Band ist nicht nur ein ansprechendes Geschenk: Die Bilder werden in nächster Zeit an mehreren Orten in Deutschland ausgestellt werden. Nach Stuttgart (März – April) folgen Frankfurt (April – Juni) und Hamburg (Juni – Juli).

Rico Stehfest

Initiative „Mein Erbe tut Gutes. Das Prinzip Apfelbaum“ (Hrsg.). Das Prinzip Apfelbaum. 11 Persönlichkeiten zur Frage „Was bleibt?“. Vergangenheitsverlag. 2014. 116 Seiten. ISBN: 9783864081828. 16,90 €.

Kreative Allianzen

Nicht nur die Funktionen von Kulturbetrieben unterliegen einem stetigen Wandel. Dadurch geraten auch deren innere Strukturen auf den Prüfstand, was sich immer weiter verändernden finanzhaushaltlichen Herausforderungen zuzuschreiben ist. Die hier aufgezeigten Wege hin zu kreativen Allianzen im Sponsoring versuchen, diesen Veränderungen Rechnung zu tragen und nehmen gleichzeitig den Aspekt des erfolgreichen Marketings in den Blick. Entscheidend ist das Potenzial von Kooperationen auf dem Gebiet des Kultursponsorings, ohne das viele Projekte kaum realisierbar wären.

Julia Frohne et al. (Hrsg.). Kultursponsoring. Leitfaden für kreative Allianzen. Springer VS. 2015. 158 Seiten. ISBN: 9783531186665. 14,99 €.

Welfare Mix

Auch, wenn per Gesetzeslage die Förderung bürgerschaftlichen Engagements sichtbar gemacht werden soll, ist nicht alles eitel Sonnenschein. Wenn der Niedriglohnbereich hier mit hineinragt, vereinfacht ein gesetzlicher Mindestlohn die Situation nämlich nicht. Echtes Engagement fragt aber nicht nach Bedingungen. So zeichnen einige Beiträge das Zustandekommen spontaner Hilfsaktionen zur Flut 2013 nach. Besonders wertvoll ist in diesem Buch auch die Öffnung des Fokus’ hin zu einer europäischen Perspektive. Hier wird wieder deutlich: Füreinander ist miteinander.

Ansgar Klein et al. (Hrsg.). Jahrbuch Engagementpolitik 2015. Engagement und Welfare Mix – Trends und Herausforderungen. Wochenschauverlag. 2015. 224 Seiten. ISBN: 9783899749939. 26,80 €.

edition.fundraiser-magazin.de

Freunde und Spenden gewinnen:
so gelingt’s

Basiswissen kompakt
Motivation inklusive

Jan Uekermann
Fundraising-Grundlagen
Paperback, 160 Seiten
ISBN: 978-3-9813794-0-2
13,90 €

überall im Buchhandel und direkt unter
www.edition.fundraiser-magazin.de

Edition Fundraiser

Fragebogen: Joana Breidenbach horcht

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

… im Arm meines Mannes.

2. Was wollten Sie als Kind werden?

erst Rechtsanwältin, dann Punksängerin

3. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

Internet-Neuland

4. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

Leistungsbezogene Beauftragung von gemeinnützigen Organisationen

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

eine Reise durch Osteuropa antreten

Dr. Joana Breidenbach ist bekannt als die Gründerin der Internetplattform betterplace.org.

1965 wurde sie in eine reiselustige Hamburger Familie geboren und so kannte sie bald nicht nur Stierkämpfe in Sevilla und die Berge von Arosa, sondern auch sämtliche Tilmann-Riemenschneider-Altäre entlang der Romantischen Straße. So war es wenig verwunderlich, dass es ihr am Hamburger Wilhelm-Gymnasium schnell zu langweilig wurde und sie ins Kelly College im englischen Dartmoor wechselte, Doc Martens anzog, ihre Haare schwarz färbte und das dortige Abitur machte.

Nach einem Jahr Feinschliff in Genf studierte sie in München Völkerkunde, Kunstgeschichte und osteuropäische Geschichte und bearbeitete für ihre Magisterarbeit eine Sammlung ostafrikanischer Amulette im Budapester Völkerkundemuseum. An der University of California in der „People's Republic of Berkeley" entdeckte sie unter den Fittichen von Laura Nader, dass Anthropologie weit mehr bietet als Verwandtschaftsbeziehungen auf Tonga und Rituale sibirischer Schamanen. Indem sie höchst konkrete, und oft scheinbar banale, Praktiken und Alltagsobjekte mit größeren soziopolitischen und philosophischen Fragestellungen verband, bot Kulturanthropologie ein faszinierendes Werkzeug zum Verständnis aktueller Entwicklungen weltweit. Ihre Dissertation über deutsche Kulturmuster führte sie in der Folgezeit ans University College London, wo Daniel Millers Seminare über modernen Massenkonsum auf Trinidad ihr eine ganz neue Betrachtung der Globalisierung eröffneten.

Anfang der 1990er, in einer Welt, in der Menschen von Bratislava bis Bangkok Big Mac aßen, auf raubkopierten Windows-Versionen arbeiteten und MTV sahen, erschien kulturelle Vielfalt akut bedroht. So untersuchte Breidenbach die folgenden zehn Jahre den „Tanz der Kulturen" und veröffentlichte in verschiedensten Formen. Unter anderem beschäftigte sie sich auch in Sydney mit Interkulturalität in der internationalen Politik. 2006 gründete sie dann mit ihrem Mann eine Internet-Plattform für soziale Initiativen, die mittlerweile zu einer der größten Plattformen im deutschsprachigen Raum wurde: www.betterplace.org.

auch nach innnen

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

Edward Snowden für seine Zivilcourage

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

Ich habe da ein paar tolle Projekte, die wir gemeinsam umsetzen sollten.

8. Wer ist für Sie ein Held?

Menschen, die gegen den Strom schwimmen und dabei ihre Freiheit riskieren

9. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

Torres del Paine, Patagonien

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

nach innen horchen

11. Worüber können Sie lachen?

über den Wortwitz meiner Kinder

12. Welche Fehler entschuldigen Sie am ehesten?

die aus Schnelligkeit resultieren

13. Was war früher besser?

Das Internet war weniger von Monopolisten beherrscht.

14. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?

Leben und Arbeiten sind aus einem Guss und folgen der Intuition.

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

… der Versuch, die Welt für mehr Menschen lebenswerter zu machen.

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.

NÄHER AM MENSCHEN

ENTERBRAIN Software AG

Software, Dienstleistung und Know-How für Ihre Nonprofit-Organisation

www.enterbrain.ag

Gute-Vorsätze-Inhaber Fabian F. Fröhlich sagt ab jetzt immer die Wahrheit

Das wird man ja wohl noch sagen dürfen: Nachts ist es kälter als draußen. Im Januar trinken Briten keinen Alkohol, dafür saufen sie im Februar exzessiv. Und kräht der Gockel auf dem Mist, ändert sich das Wetter oder es bleibt wie's ist. Ja, das ist hart, aber da müssen Sie jetzt durch. Ich habe mir nämlich zu Silvester vorgenommen, von nun an stets aufrichtig zu sein. Was der Spiegel kann, kann ich schon lange: „Keine Angst vor der Wahrheit." Wie ich die neue Frisur unserer Sekretärin finde? Bitte – ganz, ganz dünnes Eis! Ich bin zwar ehrlich, aber nicht blöd.

Es gibt so viele nützliche Informationen, die in den Systemmedien verschwiegen werden. Einer muss sich trauen, sowas aufzudecken. Ich mach jetzt einfach den Anfang. Schwarmintelligenz ist übrigens ansteckend …

Wussten Sie zum Beispiel, dass für die Mehrheit der Männer in Deutschland (ganze 54,6 %) die regelmäßige Rasur ein lästiges Übel ist? Das offenbarte jetzt eine repräsentative Umfrage der GFK im Auftrag von www.apotheken-umschau.de. Spannend, nicht?! Die Apotheken-Umschau deckte aber noch mehr auf: Männer leben ungesünder als Frauen. Sie essen im Durchschnitt fast doppelt so viel Fleisch, sie trinken mehr als dreimal so viel Alkohol und es gibt auch deutlich mehr erwachsene Raucher als Raucherinnen. Sogar Cannabis wird mehr von Männern konsumiert. Muss mal gesagt werden!

Oder hier: 77 Prozent der Fremdgehenden würden ihren Freunden eine Affäre empfehlen. Für diese Erkenntnis steuerten mehr als zehntausend Mitglieder einer Partnervermittlung ihre tiefsten und dunkelsten Geheimnisse zu einer Studie bei. Es ging um die Motive, eine Affäre zu haben, und die Frage, wie wahrscheinlich es ist, dass die Personen das außereheliche Abenteuer freiwillig beenden werden. Nämlich unwahrscheinlich. Die Frauen gaben dabei an, dass es das Wichtigste an einer Affäre sei, wieder Leidenschaft zu spüren, gefolgt von besserem Sex. Muss auch mal gesagt werden!

Erschreckenderweise sagten Männer, dass das Zweitbeste an einer Affäre die Diskussionen sind, die sie mit ihren Liebhaberinnen haben. Hä? Diskussionen führt man per SMS oder Whatsapp oder lautstark telefonierend in der S-Bahn. Man kann auch einen Hangout machen. Dabei bleibt, wie ein geschätzter Kollege kürzlich herausfand, der Hosenstall natürlich zu.

Übrigens: Eltern, die Internet und Handy nutzen, haben einen besseren Draht zu ihren Kindern. Das haben, klar, US-Forscher in einer wissenschaftlichen Erhebung herausgefunden. Und sonst noch? Finnland schafft die Schreibschrift ab, Schweißfüße stinken, die Maße eines durchschnittlichen Toilettenpapier-Streifens betragen in Deutschland genau 13 x 9,9 cm, Nilpferde furzen durch den Mund. Menschen haben die genetische Voraussetzung, Winterschlaf zu halten.

Das werde ich allerdings lieber gleich noch mal verifizieren – im Selbstversuch.

Ausgabe 2/2015 erscheint am 18. März 2015 u. a. mit diesen Themen

- Fundraising international
- Spenden für Tiere
- Reaktivierungsstrategien am Telefon

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

Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 2/2015, die am 18.03.2015 erscheint, ist der 02.02.2015.

ISSN 1867-0563 – 10. Jahrgang

Fundraiser magazin
Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen

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

Herausgeber:
Matthias Daberstiel, Udo Lehner, Daniela Münster

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

Redaktionsleitung:
Daniela Münster (v. i. S. d. P.)
redaktion@fundraiser-magazin.de
Telefon: +49 (0)351 8762 7-70, Fax: -79

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

Anzeigen-Werbung:
matthias.daberstiel@fundraiser-magazin.de (verantwortlich), Telefon: +49 (0)351 8762 7-80, Fax: +49 (0)351 8762 7-79
Es gilt Anzeigenpreisliste Nr. 8 vom 1.1.2015

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 2/2015, die am 18.03.2015 erscheint, ist der 02.02.2015.

Fotonachweise:
Titelbild: olly@fotolia, S. 3: Udo Lehner, S. 4: Dominik Butzmann (Breidenbach), S. 6: Hagemann / Finger, Agentur laif (oben), Saimen@photocase (unten), S. 7: picture alliance / dpa, S. 14, 16 & 20: bobo@fotolia, S. 34: NLshop@fotolia, S. 36: obs/nph deutschland e.V./Elmar Mai (Mai), S. 37: David Ausserhofer (Priller), die arge lola, Kai Loges + Andreas Langen (Schuster), Philip Bethge (Eichelmann), S. 37: Patricia Scheller (Wohlfarth), S. 45: obs/Kindernothilfe/Jakob Studnar, S. 50: Harry Siegel, S. 52: Konstantin Li@fotolia, S. 54: Alexandre Simoes, S. 56: Nils Petersen, S. 58: Detelina Petkova@fotolia, S. 65: Pauls Stadelhofer, S. 69: obs/McDonald's Kinderhilfe Stiftung/Sandra Stein (rechts oben), S. 70: David Bronson Glover@iStockphoto, S. 72: Wojciech Gajda@fotolia, S. 74: Franz Pfluegl@fotolia, S. 80: Dominik Butzmann, S. 82: oza@fotolia, alle anderen PR / Archiv / privat

In Zusammenarbeit mit der fundraising akademie

vanacken
Fundraising

Spender gewinnen.
Spender binden.

Eine unserer Stärken: Strategische Planung
Feste, planbare Spendeneinnahmen sind kein Zufall:

Datenanalyse:
Die Analyse der richtigen Zielgruppe ist immer eine Basis für erfolgreiches Fundraising.

Jahresplanung 2015:
Aufbauend auf der Datenanalyse kann die Ansprache mit dem passenden Fundraisinginstrument erfolgen.

Umsetzung:
Wir lassen Sie auch nach der Planung nicht alleine! Gerne begleiten wir Sie bei der Umsetzung und Erfolgskontrolle Ihrer Jahresplanung.

Für uns ist der Dreiklang aus Analyse, Planung und Umsetzung erst erfolgreich, wenn Sie Ihre Projekte dauerhaft unterstützen können.

Wir freuen uns auf Sie!

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

QuLS

Strategie
Marktforschung
Konzeptentwicklung
Kampagnenentwicklung
Kreation
Adressauswahl
Erfolgskontrolle

Jahresplan 2015
Statistische EDV-Fundraising-Analyse
Spenderbindung
Upgrading
Neuspendergewinnung
Testament-Spender
Großspender

Produktion
Datenerstellung
Druck
Personalisierung
Lettershop
Postversand
Fulfillment

Direkt-kommunikation
Mailings
Beilagen
telefonische Spender-bedankung/
Spenderbindung/
Spenderbetreuung

Marke
Markenbildung
Markenführung
Markenstrategie
Corporate Identity
Corporate Design

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

10 Jahre adfinitas. Wir sagen Danke!

www.adfinitas.de · info@adfinitas.de · Tel: +49(0) 511 52 48 73-0 · Fax: +49(0) 511 52 48 73-20

adfinitas
RELATIONSHIP FUNDRAISING