ISSN
1867-0563

Fundraiser
Ausgabe 2/2015

Fundraiser magazin

Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen

Aufschwung von unten

Situations-Analyse in Fundraising-Entwicklungsländern

Menschen
Michael Silberman, Regula Muralt und Martin Fischer im Interview

Aktuell
Wofür geben Muslime Geld? Religion und Tradition bei der Spenden-Entscheidung

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

TOPPT ALLES.

DIE DATENBANKLÖSUNG

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

* IHRE VORTEILE

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

FUNDRAISEPLUS

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,

beinahe täglich erreichen uns Nachrichten aus der Ukraine, Nachrichten über Krieg, Zerstörung und das Leiden der Menschen dort. Wir haben uns gefragt, ob und wie NGOs in diesem Land arbeiten. Welche Themen stehen im Vordergrund? Wer spendet und wofür? Überrascht hat uns, dass nicht nur für Kriegsopfer gespendet wird – sondern auch für schusssichere Westen, Nachtsichtgeräte und Ausrüstung der Armee.

Unser Blick über den Tellerrand fiel auch in andere spannende Länder, die in punkto Fundraising durchaus als Entwicklungsländer zu bezeichnen sind. So haben wir nach Pakistan geschaut, nach China, Brasilien und Äthiopien. Jedes Land, jede Kultur hat ihre Besonderheiten. Was alle eint: Das Fundraising kommt „von unten" und wächst stetig trotz teilweise enormem Gegenwind. In unserem Themenspecial ab Seite 14 können Sie das nachlesen und werden vielleicht sogar Parallelen zu Ihrer Arbeit finden.

Gehört der Islam zu Deutschland? Etwa fünf Prozent der Bevölkerung in Deutschland, Österreich und der Schweiz sind islamischen Glaubens. Über deren Spendenverhalten ist noch wenig bekannt. Unser Autor Peter Neitzsch hat recherchiert, wofür Muslime Geld geben und welche Rolle die Religion bei der Spendenentscheidung spielt. Dabei hat sich gezeigt, dass Menschen islamischen Glaubens durchaus großzügige Spender sind.

Haben auch Sie eine Idee für einen spannenden oder innovativen (Fach-)Artikel, der hier im Fundraiser-Magazin erscheinen könnte? Zögern Sie nicht, uns darauf anzusprechen. Oder nehmen Sie uns einfach in Ihren Verteiler auf, dann können wir auch über Ihre Projekte berichten. Wir freuen uns auf Ihre Anregungen.

Eine inspirierende Lektüre wünscht Ihnen

Ihre

Daniela Münster
Chefredakteurin

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 **Michael Silberman**
Der Global Director des Digital Mobilisation Lab bei Greenpeace International skizziert die nächste Generation von Kampagnen und erklärt, was NGOs von der Spiele-Industrie lernen können.

58 **Regula Muralt**
Die Chef-Fundraiserin bei der Schweizerischen Multiple Sklerose Gesellschaft spricht über ihre tägliche Motivation und verrät, welche Fundraising-Instrumente sie für sinnvoll und erfolgreich hält.

80 **Martin Fischer**
Der Fachbuchautor und Fundraising-Berater bei der van Acken Fundraising GmbH füllte unseren Fragebogen aus. Was es mit der „Leeren Spendenbox“ auf sich hat – lesen Sie selbst.

Autoren dieser Ausgabe

Bernhard Bircher-Suits | Wilhelm von Boddien
Matthias Daberstiel | Claudia Fuhrmann
Dr. Christian Gahrmann | Dr. Frank Geilfuss | Eva Hieninger
Svenja König | Kurt Manus | Daniela Münster
Peter Neitzsch | Ute Nitzsche | Edda Riedel | Paul Stadelhofer
Rico Stehfest | Dr. Rupert Graf Strachwitz | Alexander Thurow
Jan Uekermann

Thema

14 **Der Mango-Korb als Spenderdank**
Ein Fundraising-Workshop in Pakistan

16 **Zwischen Bürgerkrieg und Reform**
Die Zivilgesellschaft in der Ukraine:
Misstrauen und Engagement gehen Hand in Hand

18 **Jagen und Sammeln an der Tagesordnung**
China: Entwicklungsland
mit enormem Spendenpotenzial

20 **Engagement am Zuckerhut**
Fundraising für und in Brasilien

22 **Eselskarren besser als Truck**
Äthiopien: Projekte brauchen mehr Zeit und internationale Spenden

Aktuell

24 **Jede gute Tat ist ein Gottesdienst**
Wofür Muslime spenden

Projekte

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

30 **Ein Porsche für Fußgänger**
Studenten engagieren sich in einem
Social Start-up für E-Mobilität von Senioren

32 **Aus Afrika in den Schnee**
Wie ein Schneesport-Tag traumatisierten Flüchtlingen wieder neue Perspektiven gibt

34 **Den Überfluss umleiten**
Sachspenden für gemeinnützige Organisationen

Rubriken

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

Praxis & Erfahrung

50 Der Weg zum Papierkorb ist denkbar kurz
Spenden-Mailings und Förderer-Motivationen

52 Die wertvollste Non-Profit-Marke der Welt
United Way und die acht Planungsprinzipien
im strategischen Fundraising

54 Füße hoch und durch
Wie Datenbanken
Zahlungseingänge automatisch im Griff haben

56 Überprüfen Sie Ihr Bauchgefühl
Steigerung der Spenden-Conversions
durch Landing-Page-Optimierung

60 Kopf und Herz ansprechen
Die goldenen Regeln für Telefon-Spendenkampagnen

Stiftung

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

70 Alle an einem Tisch
Die Bürgerstiftung Stuttgart
hilft Ehrenamtlichen in der Flüchtlingsarbeit

72 Bei Niedrigzinsen ist Umdenken gefragt
Stiftungsgelder richtig angelegt

74 Große Projekte brauchen Spenden von überall her
Transnational Giving Europe
hilft beim Wiederaufbau des Berliner Schlosses

25 MILLIONEN Spender und eine LÖSUNG!

Bußgelder
Projektverwaltung
Erbschaften
Kampagnenmanagement
FUNDRAISING
Spendenbuchhaltung
Zahlungsanalyse
Stiftungsverwaltung
Finanzbuchhaltung
CRM

Fundraisingsoftware, die wirklich hilft!

UNITOP®
NPO FUNDRAISING
DIE GANZHEITLICHE LÖSUNG

GOB SOFTWARE & SYSTEME
GOB Software & Systeme
GmbH & Co. KG
Europark Fichtenhain A4 47807 Krefeld
T. +49 (0)2151 349-3000
F. +49 (0)2151 349-1120
Web www.gob.de

Dresdens Image als weltoffene Stadt scheint dahin, seit PEGIDA montags „Abendspaziergänge" veranstaltet. Gut, dass es Menschen wie den DKMS-Gründer Prof. Gerhard Ehninger und andere gibt, die auf eigenes Risiko mit dem Verein „place to be" e. V. am 26. Januar ein Bürgerfest mit Herbert Grönemeyer (Foto) und anderen Künstlern organisierten und damit zeigten, dass Dresden bunt und tolerant ist. 250 000 Euro kostete das, 188 000 Euro sind bisher mit Spenden gegenfinanziert. Am 28. März 2015 organisiert der Verein jetzt eine Bürgerkonferenz, anlässlich derer über Asyl, Flüchtlinge, Islam und Medien diskutiert statt lamentiert werden soll. Auch dafür werden noch Spender gesucht.

▶ *www.dresden-place-to-be.de*

Kritisieren und Buch gewinnen

Wir sind immer neugierig zu erfahren, ob und wie Ihnen das Fundraiser-Magazin gefällt. Schreiben Sie uns, welchen Artikel Sie am besten finden, was wir besser machen sollten oder auch, was Ihnen gar nicht passt. Als Dankeschön für Ihre offenen Worte verlosen wir die auf den Seiten 76 bis 79 vorgestellten Bücher. Schicken Sie uns Ihre Meinung mit dem Betreff „Blattkritik" an *gewinnen@fundraiser-magazin.de* oder per Postkarte an den Verlag (Die Adresse finden Sie im Infokasten links unten auf dieser Seite). Vermerken Sie, welches Buch Sie gewinnen möchten und vergessen Sie bitte auch die Postanschrift nicht, an die wir im Gewinnfall das Buch senden dürfen. Einsendeschluss ist der 20. Mai 2015. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Willkommen Wolf!

Der NABU möchte die Wolfspopulation in Deutschland fördern und dazu mit Fotofallen die Rudel in der Lausitz weiter erforschen. Dazu bittet der Verein um Spenden. Langfristiges Ziel soll der Ausbau eines Wildwege-Netzes für Wölfe, Luchse und Rothirsche sein.

▶ *www.nabu.de*

Ihre Post an FUNDRAISER

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

FUNDRAISER-MAGAZIN
Redaktion
Altlockwitz 19
01257 Dresden

Wir freuen uns auf Ihre Post.

Praxis statt Theorie

Seit nunmehr 15 Jahren bildet die Fundraisingakademie Fundraising-Managerinnen bzw. -Manager aus. Lothar Schulz, einer der Gründer der Akademie erinnert sich: „Thomas Kreuzer hatte für den ersten Lehrgang ein exzellentes Team zusammengestellt. Alles fundraisingerfahrene Praktiker, die keinen professoralen Blödsinn erzählen konnten," erinnert er sich. Neben ihm sind heute Dr. Marita Haibach und Wolfgang Kröber noch immer im Team dabei.

Über 600 Manager wurden bisher ausgebildet, vermeldet die Akademie stolz. Helmut Liebs, Fundraising- und Stiftungsmanager der Ev. Landeskirche in Württemberg, war einer der ersten Absolventen und ist überzeugt: „Die Ausbildung vermittelte mir wesentliche Impulse für die mehrjährige Spendenkampagne zugunsten der Stuttgarter Stiftskirche. Und sie legte die dauerhafte Basis für meine heutige Tätigkeit".

Der 33. Kurs zum Fundraisingmanager beginnt am 27. April 2015 in Bad Honnef. Noch sind wenige Plätze frei, um sich beruflich eine neue Perspektive zu schaffen.

▶ *www.fundraisingakademie.de*

Ein Bild erzählt

Unser Cover-Foto wurde von der Schweizer Fotografin Anouk Nitsche während des „Millenium Summer Camp“ 2008 in Awessa in Äthiopien aufgenommen. Es zeigt beispielhaft, wie fröhlich die Kinder der Edget Baandnet Grundschule drei Wochen mit Studenten der East London University verbrachten und zum ersten Mal Zirkus, Aikido und Kunst erlebten. Auch Englisch, Kochen, Fotografie, Basketball, Hygiene, Sinnesgarten, Tanzen, diverse Spiele und natürlich Fußball standen auf dem Programm des Camps. Sogar das äthiopische Radio berichtete landesweit über die ehrenamtliche Initiative der Studenten aus Chile, Jamaika, Schweden, Australien, Deutschland und der Schweiz. Mehr zur Arbeit des Hamburger Vereins Edget Baandnet Children Center e. V. lesen Sie auf Seite 22.

▶ *www.edget.org*

Spendenabsetzbarkeit in Österreich bleibt

Aufatmen bei Spenden sammelnden Organisationen in Österreich: Die Diskussion um die Abschaffung der Abzugsfähigkeit von Spenden an begünstigte Organisationen scheint beendet. Das Kompetenzzentrum für Nonprofit Organisationen und Social Entrepreneurship der WU Wien hatte einen Evaluierungsbericht vorgelegt, aufgrund dessen es keinen Anlass gibt, dem Finanzminister eine Änderung bei der Absetzbarkeit von Spenden zu empfehlen. Zu diesem Schluss kommt zumindest der Spendenbeirat, das Gremium, das vom Gesetzgeber zur Evaluierung der Spendenabsetzbarkeit und Beratung des Finanzministers eingesetzt wurde.

Endgültig abgeschafft bleibt aber die Verknüpfung der Sozialversicherungsnummer mit Spenden. Stattdessen soll eine so genannte „bereichsspezifische Personenkennung“ eingeführt werden, die mithilfe von Vor- und Zuname sowie dem Geburtsdatum des Spenders eine einwandfreie Identifikation erlaubt – ohne den Datenschutz zu verletzen.

▶ *www.gemeinnuetzig.at*

NÄHER AM MENSCHEN

ENTERBRAIN
Software AG

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

www.enterbrain.ag

Beim alljährlichen Treffen der ehrenamtlichen Regional- und Fachgruppenleiter des Deutschen Fundraising Verbandes (DFRV) Ende Februar in Magdeburg gab es eine schöne Überraschung: Der Vorstand bedankte sich bei den ehrenamtlich tätigen Mitgliedern mit einem kleinen Stein, in den der Satz „Dein Ehrenamt hat Gewicht. Danke!" graviert ist. Die Ehrenamtlichen organisieren immerhin mehr als 75 DFRV-Veranstaltungen und regionale Treffen im Jahr. Die Dessauer Firma Fanstein hatte den Stein per Laser graviert und zur Verfügung gestellt. Natürlich bekamen auch die ehrenamtlichen Vorstände und Beisitzer dieses Dankeschön (im Foto Cornelia Blömer).

Act for Impact

Damit neue Ideen und Initiativen für mehr Chancengleichheit und soziale Mobilität in Deutschland eine große öffentliche Bühne bekommen und zudem die Chance auf finanzielle und beratende Förderung erhalten, haben die Vodafone Stiftung Deutschland und die Social Entrepreneurship Akademie gemeinsam den Act for Impact Förderpreis ins Leben gerufen. Dieses Jahr werden nun schon zum 4. Mal herausragende Ideen und Social Start-Ups aus den Bereichen Bildung und Integration gesucht und gefördert. Insgesamt werden 51.000 Euro an Fördergeldern für Gründerinnen und Gründer vergeben, die gesellschaftlich verantwortungsvolles Handeln und unternehmerisches Denken in Einklang bringen. Bis zum 6. April 2015 können sich alle Start-Ups bewerben, die maximal drei Jahre alt sind. Auch Ideenkonzepte können eingereicht werden.

► *www.seakademie.de*

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

Ausschreibungsplattform für NPOs

Die neue Plattform Kampasource will Schweizer Non-Profit-Organisationen und Dienstleister schneller und unkomplizierter zusammenbringen. Dazu können die NPOs ihre Aufträge auf der Plattform einstellen und direkt Angebote von entsprechenden Dienstleistern erhalten. Ziel ist es außerhalb des Bereichs der „üblichen Verdächtigen" neue kreative Verbindungen aufzubauen. Anbieter können sich über verschiedene Kanäle (E-Mail, Social Media, Website, RSS) über neue Ausschreibungen informieren.

► *www.kampajobs.ch/ausschreibungen*

Österreicher spenden gerne Sachwerte

Das Kleinanzeigenportal willhaben.at befragte 500 Österreicher, welche Produkte und Gegenstände sie zuhause besitzen aber nicht mehr verwenden. Das Ergebnis verblüfft. Pro Österreicher schlummern verborgene Schätze im Wert von rund 890 Euro zu Hause. Erfreulich ist, dass 35 Prozent der Befragten angeben, diese nicht mehr verwendeten Produkte an Hilfsorganisationen zu spenden. Damit ist die Sachspende unter den Top 3 der Verwendungsmöglichkeiten nach Verkaufen und Verschenken.

► *www.willhaben.at*

Förderfonds für Flüchtlingskinder

Das Deutsche Kinderhilfswerk erhöht seinen Förderfonds für Flüchtlingskinder auf 100 000 Euro. Damit reagiert die Organisation auf den stark gestiegenen Bedarf in diesem Bereich. Initiativen, Vereine, freie Träger, Privatpersonen oder Projekte der Kinder- und Jugendarbeit haben die Möglichkeit, Anträge zu stellen und bis zu 5 000 Euro zu erhalten. Durch den Fonds werden Einzelfallhilfen als individuelles Hilfsangebot gewährt als auch Projekte gefördert, die Flüchtlingskindern bei der Bewältigung ihres Alltags in Deutschland helfen.

► *www.dkhw.de*

Förderpreis Aktive Bürgerschaft

Vier Bürgerstiftungen werden für ihr besonderes Engagement für Flüchtlinge und Demenzkranke, für eine Fundraising-Kampagne und als Partner für Stifter mit dem Förderpreis Aktive Bürgerschaft 2015 ausgezeichnet. Aus dem 16. bundesweiten Wettbewerb gingen die Bürgerstiftungen in Stuttgart, Salzland – Region Schönebeck, Halle und Bielefeld als Gewinner hervor. Die Auszeichnung ist mit 40 000 Euro (10 000 Euro je Bürgerstiftung) dotiert. Die Preisverleihung findet am 20. März in Berlin statt.

► *www.foerderpreis-aktive-buergerschaft.de*

Jahresbilanz der Schweizer Tafel

Die Schweizer Tafel hat im Jahr 2014 insgesamt 4 379 Tonnen überschüssiger aber einwandfreier Lebensmittel verteilt. Im Vergleich zum Vorjahr stellt das eine Steigerung um 10 Prozent dar. Fast 500 soziale Einrichtungen des Landes erhielten somit Waren im Wert von 28,5 Millionen Franken. Die Steigerung war nicht zuletzt durch die Erschließung weiterer Filialen möglich. Insgesamt 38 Kühlfahrzeuge damit auf diese Filialen pro Tag 17, 4 Tonnen an Lebensmitteln verteilt.

► *www.schweizertafel.ch*

Fundraiser für die Kinderuni Darmstadt gesucht

Fast 4 000 Kinder haben die Kinderuni Darmstadt seit ihrer Eröffnung 2011 besucht. Themen aus Wissenschaft und Forschung – der Sternenhimmel, Robotic oder der Urknall – faszinieren Kinder. Diese Faszination zu erleben, ist immer wieder überwältigend und ein großer Ansporn. Für dieses ambitionierte Projekt sucht die Kinderuni Mitstreiter. Nachdem die anfänglichen öffentlichen Mittel weggebrochen sind, soll nun ein Fundraising- und Marketing-Team gegründet werden.

► *www.kinderuni-darmstadt.de*

IDEEN FÜR DIE SPENDER VON HEUTE UND MORGEN.

EHRLICH. GEWINNEND. ÜBERRASCHEND. SCHNELL.

fundango
Fundraising ist mehr

fundango GmbH
Richartzstraße 10 · 50667 Köln
Telefon 0221 / 677 845 - 90
www.fundango.de
kontakt@fundango.de

Michael Silberman

ist Global Director des Digital Mobilisation Lab bei Greenpeace International. Seit 2009 versucht er, das Innovations-Potenzial der Organisation zu steigern und neue Instrumente für die Kampagnenarbeit zu entwickeln. Im Interview mit Paul Stadelhofer skizziert er die nächste Generation von Kampagnen und erklärt, was NGOs von der Spiele-Industrie lernen können.

„Wir vernachlässigen die Mitte der Spenderpyramide!“

? „Ein neuer Typ von Kampagnen“: Was bedeutet das für einen erfahrenen Campaigner wie Sie?

Das digitale Zeitalter hat uns in eine neue Ära des Aktivismus geführt. In der heutigen „Campaigning Landschaft“ kann jeder mit einem Handy oder einem Internetzugang eine Kampagne starten und Funktionen übernehmen, die früher für Profis reserviert waren – vom Journalismus über Storytelling bis zur Mobilisierung und zum Fundraising. Der Zugang zu Technologie und Internet wird immer einfacher und die einzelnen Werkzeuge können immer leichter genutzt werden.

? Und was ist die Folge?

Damit sehen wir einen dramatischen Anstieg in der Frequenz und der Intensität von sozialem Aktivismus, von gesellschaftlichen Bewegungen und von Straßen-Protesten. Ein heutiges Mobiltelefon hat mehr Rechenleistung als die Supercomputer, die vor 40 Jahren – als Greenpeace gegründet wurde – von der NASA dazu genutzt wurden, um einen Menschen auf den Mond zu bringen. Für Kampagnen-Organisationen wie uns eröffnet das eine Welt an neuen Möglichkeiten.

? Sie konzentrieren sich also auf Kampagnen, die nach dem Graswurzel-Prinzip funktionieren?

Ja, Greenpeace passt sich schnell an diese neue Landschaft an. Wir öffnen viele unserer Kampagnen, um uns die unterschiedlichen neuen und mächtigen Funktionen zunutze zu machen, welche die Menschen heutzutage übernehmen können.

Wir erkunden auch Möglichkeiten, um einzelnen Menschen bei wichtigen Anliegen aus ihrer Nachbarschaft zu helfen, während sie Greenpeace dabei unterstützen, eine große globale Kampagne oder Schlacht zu gewinnen.

? Es gibt auch ein Online-Spiel namens „Greenpeace Guardianes“. Geht es auch dabei um Teilhabe?

Wir vergessen in der Welt der Aktivisten oft, dass die Menschen gerne Spaß haben. Unsere Anliegen sind sehr ernst, aber wir müssen auch neue Wege finden und „die Leute dort abholen, wo sie stehen“, wie es im alten Organisations-Axiom heißt.

Ich bin immer wieder von der wachsenden Zahl an Menschen erstaunt, die Online-Spiele spielen. Wir sollten darüber nachdenken, wie unsere Anliegen ein Teil davon sein können. Dabei gibt es auch eine wichtige psychologische Komponente. Wir konnten bereits beobachten, dass die Prinzipien, die die Menschen an Spielen begeistern und aktiv halten – wie Leaderboards oder Ranking-Systeme –, auch für soziale Anliegen funktionieren. Die Lehren aus der Spiele-Industrie können Organisationen dabei helfen, die Zeit und das Engagement von Leuten nachzuverfolgen und anzuerkennen, um sie für weitere Aktionen zu motivieren.

? Welche Modelle waren bisher am erfolgreichsten, um die Menschen zu unterstützen oder um Bewegungen aufzubauen?

Die Technologie hat eigentlich nur die Prinzipien verstärkt, die schon vor dem digitalen Zeitalter funktioniert haben. Digitale Instrumente bieten also mehr Funktionen für mehr Menschen. Bis vor Kurzem waren die Kampagnen der gesamten Broadcast-Ära des 20. Jahrhunderts eine höchst passive Erfahrung, die dem Fernsehen sehr nah kam. Wenn man nicht zu einer kleinen Gruppe von Freiwilligen gehörte, konnte man nur wenig tun, außer einen Scheck auszustellen und hoffnungsvoll dabei zuzusehen, ob die kleine Gruppe von Kampagnen-Experten das Geld möglichst effizient nutzt und gewinnt. Effektive Kampagnen in der digitalen Ära sind hingegen sehr partizipativ, und sie … ▶

Michael Silberman

… und sein Team arbeiten mit Greenpeace und dessen Verbündeten in 42 Ländern. Sie entwickeln Instrumente zur Kommunikation, Organisation und für Fundraising. Als Senior Digital Campaigns Strategist wurde Silberman von der Zeitschrift „NonProfit Times“ als einer der 50 einflussreichsten Akteure in der Zivilgesellschaft der USA bezeichnet.

Er hält Vorträge zu partizipativen Strategien und zu Technologien, mit denen Kampagnen skaliert werden können. Seine Karriere als Campaigner startete er als National Meetup Director für die Präsidentschaftskampagne von Howard Dean im Jahr 2004. Er entwickelt einige der ersten erfolgreichen Online-Programme in der amerikanischen Politik und mobilisierte damit über 200 000 Freiwillige in über 1200 Städten weltweit.

Später gründete Silberman die Digital-Agentur EchoDitto (Echo & Co) und gestaltete verschiedene preisgekrönte Plattformen, unter anderem für das UN World Food Program, die Service Employees Union, die Clinton Global Initiative und Seventh Generation.

Silberman engagiert sich unter anderem beim Web of Change, einem jährlichen Treffen für Campaigner, die sich an der Schnittstelle von Technologie und sozialem Wandel bewegen.

Mobilisation Lab

Das Digital Mobilisation Lab von Greenpeace wurde 2009 nach der UN-Klimakonferenz in Kopenhagen gegründet. Mit der Plattform www.tcktcktck.org gelang es Umweltschützern zwar, auf die Konferenz aufmerksam zu machen, wichtige politische Abkommen und Entscheidungen blieben aber aus. In der Folge sollte das Lab Möglichkeiten zur digitalen Mobilisierung schaffen und Innovationen beschleunigen.

Unter anderem unterstützt das Lab Landesverbände von Greenpeace in Südamerika, Europa und Asien oder Kampagnen wie „Save the Arctic“. Viele Experimente und Ergebnisse sind online zugänglich.

▶ *www.mobilisationlab.org*

Best-Practice zur digitalen Mobilisierung

Petitionen und Kampagnen

GreenpeaceX ist eine Petitions-Plattform, mit der sich die Unterstützer von Greenpeace International für Anliegen aus ihrer eigenen Stadt engagieren können. Nach einem Pilotversuch in Indien ist die Plattform unter anderem in Neu Seeland verfügbar. Dort trägt sie den Namen TOKO.

▶ *www.greenpeacex.in*

▶ *www.toko.org.nz*

Volunteering

Greenwire ist eine Freiwilligen-Plattform von Greenpeace International, die Freiwilligen dabei hilft, sich untereinander zu vernetzen und Kontakt zu den Mitarbeitern der Organisation zu finden, um einzelne Kampagnen in der Tiefe zu unterstützen. Verfügbar ist die Plattform unter anderem in Kanada, Brasilien, Indonesien, Thailand, Großbritannien, Belgien, Frankreich, Indien, Russland, den USA, den Niederlanden und Neuseeland.

▶ *https://greenwire.greenpeace.org*

Gamification

Greenpeace Guardianes wurde in Argentinien entwickelt und soll in weitere Länder expandieren. Fast 30 000 Leute vergleichen Satelliten-Fotos, um die Abholzung in Argentinien über ein spiele-ähnliches Interface zu stoppen. Die Spieler erhalten Belohnungen für Fortschritte im Spiel und haben zugleich einen Impakt in der realen Welt. Sie rekrutieren weitere Unterstützer und helfen dabei, den Wald zu überwachen sowie Daten zu sammeln.

▶ *http://guardianes.greenpeace.org.ar*

People-Powered-Campaigns

Die vier Elemente von People-Powered-Campaigns im Überblick beim Mobilisation Lab:

▶ *www.mobilisationlab.org/mobilisation-tools/anatomy*

▶ *... beinhalten etliche Rückkopplungs- sowie Feedback-Schleifen für die Beteiligten.*

? Sind das die wichtigsten Elemente solcher Kampagnen?

Das wichtigste Element ist eine starke Geschichte oder, wie wir sagen, ein „schlagendes Herz". Man muss sich in die Lage seiner Zielgruppe hineinversetzen, um herauszufinden, wie ein Anliegen effektiv umrissen und kommuniziert wird. Welche Rolle kann eine einzelne Person spielen? Wird die Organisation der Held in der Geschichte sein oder eher die Person, die eingebunden wird? Die effektivsten Kampagnen, die ich bis heute erlebt habe, waren diejenigen, in denen die Unterstützer einer Kampagne auch diejenigen sind, die den Wandel tatsächlich herbeiführen und umsetzen. Das ist eine andere Art von Geschichte als diejenige, in denen eine Organisation oder eine Marke im Mittelpunkt stehen.

? Wenn nicht mehr die NGOs die Helden des Wandels sind, scheint es schwierig, einem Konzept wie der Spenderpyramide zu folgen, oder? Was ist die moderne Rolle von Spendern und Unterstützern?

Die Leute haben viel mehr Potenzial, als wir ihnen zugestehen. Wir schränken die Möglichkeiten der Menschen in einer Kampagne künstlich ein, wenn wir denken, dass sie nur eine Petition unterzeichnen können oder dass ihr einziger Wert in der Lead-Generation liegt. Geld zu spenden ist sicher eine der wertvollsten Sachen, die man für eine Kampagne tun kann. Es ist aber keineswegs die einzige Sache.

? Warum ist das wichtig?

Wenn die Menschen eine tiefe Beziehung zu einer Kampagne oder zu einem einzelnen Anliegen haben, neigen sie eher dazu, über längere Zeit hinweg zu spenden und mit einer Organisation in Kontakt zu bleiben. Wenn wir Erfahrungen mit unseren Unterstützern und mit deren Interessen sammeln, stellen wir fest, dass es sehr verschiedene Menschen mit sehr unterschiedlichen Fertigkeiten sind, wie Künstler oder Anwälte. Das ist besonders für die sozial Engagierten Milennials wichtig, die immer wieder demonstrieren, dass sie gerne auch Zeit und Fertigkeiten bereitstellen, anstatt nur Geld.

? Wenn die NGO also im Grunde den Menschen bei deren Bemühungen hilft, wie kann sie diesen Prozess dann managen?

Es geht um Kommunikation in Echtzeit, wenn wir die Leute engagiert halten wollen. Viele unserer Kommunikations-Strategien haben sich seit den Tagen der Direct-Mails nicht gewandelt. Heutzutage gibt es aber viel mehr Möglichkeiten für eine dynamische und wechselseitige Interaktion.

? Können Sie ein Beispiel nennen?

Es gibt zum Beispiel eine große Kampagne, um die Ölbohrungen in der Arktis zu stoppen. Als Shell seine Pläne hierzu bekannt gab, konnte das US-Büro von Greenpeace sofort eine „Notfall-SMS" an alle Unterstützer senden, die zuvor Interesse an der Kampagne hatten, damit die aktiv werden können. Diese Art von schneller Kommunikation – und von einer Bewegung mit der Geschwindigkeit des Internets – wird zu einem kritischen Moment für NGOs, um Vertrauen zu erhalten und um für deren Unterstützer relevant zu bleiben, in einer Welt, in der Loyalität zunehmend flüchtig wird.

? Wie können sich Fundraiser an diese Trends anpassen?

Wenn wir über die Spender-Pyramide sprechen und über die Funktionen, die die Menschen erfüllen können, vernachlässigen wir oft die Mitte der Pyramide. Wer investieren viel Zeit in Menschen an der Spitze der Pyramide, wie Großspender oder trainierte Freiwillige. An der Basis stehen neue Mitglieder oder diejenigen, die eine One-Click-Action ausführen und kleine Spenden tätigen.

Die Frage ist, was die Menschen in der Mitte der Pyramide leisten können und wie wir sie bei der Stange halten. Können sie zum Beispiel in einem Lebensmittelgeschäft ihr Handy aus der Tasche holen und gegen Zutaten aus dem Regenwald demonstrieren, indem sie ein Produkt scannen und dem Produzenten eine Nachricht schicken, in der steht: „Ich bin in deinem Laden, aber ich werde dein Produkt nicht kaufen, bis du deinen Einkauf änderst!"? Es gibt jede Menge wertvoller Unterstützungen, die Menschen leisten können und die sie bei der Stange halten, aber es liegt an den Kampagnen und Organisationen, ein kreatives Design zu entwickeln und diese Möglichkeiten anzubieten. ◘

Sie wollen mehr wissen zum Thema Fundraising und Großspender?

Nehmen Sie mit uns Kontakt auf:
großspender@marketwing.de

© fotolia.de/Blend Images

Der Königsweg

Major Donor Fundraising

marketwing präsentiert zwölf Workshops und Seminare zum Themenschwerpunkt „Großspender“
Deutscher Fundraising Kongress Berlin • 19. bis 21. Mai 2015

marketwing®

DEUTSCHER FUNDRAISING VERBAND | Für eine starke Kultur des Gebens

Der Mango-Korb als Spenderdank

Ein Fundraising-Workshop in Pakistan

Wie funktioniert Fundraising in einem Entwicklungsland? Wer spendet in einem Staat wie Pakistan, in dem das durchschnittliche jährliche Brutto-Einkommen pro Kopf die Grenze von 1000 US-Dollar nur knapp übersteigt? Das Deutsche Medikamenten-Hilfswerk action medeor e.V. half mit einem mehrtägigen Workshop direkt vor Ort seinem Projektpartner Participatory Village Development Programme dabei, die Grundlagen des Fundraisings zu erlernen.

Von UTE NITZSCHE

Steffi Sczuka, Mitarbeiterin des Malteser Hilfsdienstes, sieht sich im Büro von Participatory Village Development Programme (PVDP) 14 hoch motivierten Mitarbeitern gegenüber. Der Präsident der Organisation, Kollegen aus der Öffentlichkeitsarbeit und dem Management, die Personalverantwortliche, Mitarbeiter aus dem Feld und sogar die Buchhalterin sind da, weil sie von der professionellen Fundraiserin aus Deutschland in den nächsten Tagen erfahren wollen, wie man systematisch Mittel beschafft. Zusammen mit Katharina Wilkin, Referentin für den Raum Asien bei action medeor, reiste Steffi Sczuka deshalb im November 2014 in die Stadt Mirprukhas in der Provinz Sindh. „Wir sind schon seit dem Hochwasser 2010 Partner von PVDP", berichtet Katharina Wilkin. „Unser Ziel war es nun, die Organisation besser aufzustellen, sie unabhängig zu machen von ausländischen Partnern, da wir nicht dauerhaft in Pakistan zur Seite stehen können." Das Projekt war für beide Seiten neu, und so war es zunächst alles andere als sicher, dass es überhaupt funktioniert. Fundraising, so Katharina Wilkin, erfolgte bis jetzt vor allem durch Mund-zu-Mund-Propaganda und über Freunde und Bekannte. Von selbst wurden potenzielle Spender kaum angesprochen, eine Spenderdatei existierte nicht, als Dankeschön gab es ab und zu einen Korb voller Mangos.

Die Situation für die pakistanische Organisation, die rund 70 Mitarbeiter hat, ist schwierig: Die Schere zwischen Arm und Reich geht in dem südasiatischen Land extrem weit auseinander. Wenn gespendet wird, dann hauptsächlich für die Opfer von Katastrophen, PVDP engagiert sich aber für die Hilfe im Bereich Schulen und Gesundheit. Auch auf die sogenannte Zakāt, eine der fünf Säulen des Islam, wonach Muslime verpflichtet sind, einen bestimmten Teil ihres Besitzes an Bedürftige zu spenden, kann sie sich nicht stützen. Die Bevölkerung ist zwar zu etwa 90 Prozent islamischen Glaubens, jedoch leben in der Schwerpunktregion von PVDP, dem Distrikt Tharparkar, überdurchschnittlich viele Christen und Hindus, auch viele PVDP-Mitarbeiter sind Christen. „Wir wollten den Kollegen nichts ‚aufs Auge drücken', sondern schauten, was lokal und kulturell überhaupt sinnvoll ist", sagt Katharina Wilkin weiter. Da sich in Pakistan in den letzten Jahren eine Mittelschicht etabliert hat und stark wächst, setzte man mit dem Workshop an dieser Stelle an.

Vermittelt wurde Basiswissen: Welche Fundraising-Instrumente gibt es und welche davon kann PVDP nutzen? Wer sind die Zielgruppen? Welche Kommunikationskanäle werden schon genutzt und was kann dabei verbessert werden? Welche Projekte sind für einen Spender interessant? Welche Fragen könnte er haben? In Rollenspielen, Einzel- oder Gruppenarbeit wurde der Stoff anschließend vertieft. Am letzten Tag des Workshops besuchten alle zusammen eine Grundschule in der Wüste, in der rund

60 Kinder aller Altersklassen gemeinsam unterrichtet werden und anhand deren Beispiel die Teilnehmer das Erlernte in die Praxis umsetzten. Rückblickend zieht Steffi Sczuka eine sehr positive Bilanz: „Die Stimmung war bombastisch“, freut sie sich, „ausnahmslos alle waren extrem hoch motiviert. Unsere Devise lautete: Fundraising is Fun!“ Die Vielschichtigkeit der Teilnehmer sei zwar anfangs schwierig gewesen, stellte sich im Endeffekt aber als sehr effektiv heraus, da alle nun wüssten, worauf es ankomme. „Auch wenn wir nicht so konkret werden konnten wie gewollt, haben wir andere Ziele um ein Vielfaches übertroffen.“

Und die Arbeit trägt Früchte. Die Website von PVDP wurde überarbeitet. Dort gibt es nun zum Beispiel ein Online-Spendenformular; jetzt ist die Zahlung mit Kreditkarte und per Paypal möglich. Das Grundschulprojekt wurde auf der Spendenplattform betterplace.org eingestellt und über die eigene Website dorthin verlinkt. Auch Facebook wird stärker eingebunden, fast täglich stehen dort jetzt Neuigkeiten über die Arbeit von PVDP. Mit Erfolg: Im November 2014 waren es 671 Follower, im Februar 2015 schon 1750. Außerdem wurden Gruppen für Sachspenden mobilisiert: Decken, warme Kinderkleidung und Nahrungsmittel für 670 Haushalte kamen dabei zusammen. Zusätzlich konnten 1.133.000 Rupien (rund 9 800 Euro) gesammelt werden. Ende Dezember wurde bei einem Fundraising-Fest zugunsten der Bevölkerung in der Region Tharparkar der Verkauf von traditionellem Handwerk, Essen, Getränken und Kleidung organisiert. Die Kinder hatten Spaß mit einem Zauberer und Spielangeboten. Eingeladen waren Freunde und Bekannte, Schulen sowie Gruppen und Vereine aus dem näheren Umkreis von PVDP.

Außerdem hat sich die Organisation weitere ehrgeizige Ziele gesteckt. Innerhalb eines Jahres sollen 150 Personen 1 200 Rupien (knapp 10 Euro) und 25 Personen 6 000 Rupien (rund 48 Euro) spenden. Drei Spender sollen gefunden werden, die bereit sind, sogar 60 000 Rupien (rund 480 Euro) zu geben. Momentan wird das Mitgliederprogramm „Friends of the PVDP“ entwickelt, bei dem Kleinspender Mitglied werden können. Der Grundstein für die Zukunft ist gelegt.

Pakistan

Staatsform: islamische, parlamentarische Bundesrepublik
Amtssprachen: Urdu, Englisch
Religion: Muslime (96,3 %), wenige Hindus und Christen
Einwohnerzahl: 182,6 Mio (2014)
Bevölkerungsdichte: 207 Einwohner/km²
Währung: Pakistanische Rupie
Bruttoinlandsprodukt: 1 201 US-Dollar pro Einwohner (2011)

Quelle: Wikipedia

▶ *www.medeor.de* ▶ *www.pvdpsindh.org*

REAKTIVIEREN GEWINNEN BINDEN UPGRADEN

Das ist Klaus-Dieter.
Er spendet gern.

Wir haben ihm gezeigt, wie er sich mit seinen Spenden noch besser engagieren kann.

Danke, Klaus-Dieter.
Auf Dich ist Verlass.

GFS
Wir leben Fundraising.

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

Foto: © Chris Leachman - Fotolia.com

Zwischen Bürgerkrieg und Reform

Die Zivilgesellschaft in der Ukraine: Misstrauen und Engagement gehen Hand in Hand

Seitdem im Februar vergangenen Jahres rund 100 Demonstranten auf dem Maidan-Platz in Kiew erschossen wurden, herrscht Krieg im Osten der Ukraine. Was bedeutet das für die Entwicklung der Zivilgesellschaft?

Von PAUL STADELHOFER

Wie genau sich die Zivilgesellschaft und das Fundraising in der Ukraine entwickeln, ist kaum abzusehen. Nicht erst seit dem Sturz des ehemaligen Präsidenten Wiktor Janukowytsch ist das Vertrauen der Bevölkerung gegenüber Organen der öffentlichen Verwaltung zerrüttet. Vielleicht zu Recht: Laut dem Corruption Perception Index von Transparency International gehört das Land auch nach den Protesten und Konflikten am Maidan noch zu den korruptesten Ländern der Welt. Von möglichen 100 Punkten – was quasi keine Korruption bedeuten würde – hat das Land gerade einmal 26 Punkte gesammelt. Das Land hat damit dasselbe Ergebnis erzielt, wie Uganda und die Komoren.

Das Engagement der Bevölkerung erlebt jedoch einen enormen Aufschwung, sagt Svitlana Kuts, Gründerin des Institute of Professional Fundraising in der Ukraine und Mitglied im Board of Directors in der European Fundraising Association. Tausende Nicht-Regierungs-Organisationen haben sich ihr zufolge im vergangenen Jahr angemeldet. Die derzeit wichtigsten Bereiche im Spendenverhalten der Ukrainer liegen mit 35 Prozent in der Unterstützung von Kriegsopfern, in der Flüchtlings- und in der Kinderhilfe, sagt Kuts: „Es ist absolut begeisternd, was momentan in der Ukraine passiert. Kirchen bieten beispielsweise sehr viel Unterstützung für Aktivisten. Sie sammeln Spenden, helfen Freiwilligen und sind an den problematischsten Brennpunkten im Osten der Ukraine aktiv, wo sie den Menschen beim Überleben helfen und dabei, das Kriegsgebiet zu evakuieren. Das ist eine unglaubliche soziale Unterstützung."

Weiterlesen

Weitere Informationen zur Entwicklung der Zivilgesellschaft in der Ukraine finden Sie im Internet auf der Seite des Gurt Resource Centre for NGOs:
► *http://global.gurt.org.ua* sowie auf der Internetseite des Counterpart Creative Centre: ► *http://ccc-tck.org.ua/eng*
Aktuelle Stellenausschreibungen, Förderprogramme und Wettbewerbe aus der Ukraine finden Sie auf der Internetseite der Ukraine National Initiatives to Enhance Reforms (UNITER): ► *www.uniter.org.ua*

Am deutlichsten wird der neue Zusammenhalt laut der Fundraiserin daran, dass etliche Gruppen Hilfe für die Hinterbliebenen der Opfer des Maidan leisten oder Ausrüstung für die Armee spenden, wie beispielsweise schusssichere Westen, Nachtsichtgeräte oder Helme. „Die bedeutsamste Kampagne wurde wohl durchgeführt, um die Verwandten derer zu unterstützen, die am Maidan getötet wurden. Wir nennen sie ‚Heaven's Hundred' (Anm. d. Red.: Himmlische Hundertschaften). Hundred steht dabei für eine ehemalige ukrainische Militäreinheit und Heaven bedeutet, dass sie uns vom Himmel aus unterstützen. Zwei Wochen nach der Tragödie, als vergangenen Februar über 100 Menschen am Maidan von Scharfschützen getötet wurden, wurde ein Fonds von 50 Millionen ukrainischen Griwna (ca. 2,75 Millionen Euro) von der Öffentlichkeit eingerichtet, um die Familien der Opfer zu unterstützen."

Laut dem Civil Society Organisations Index der Organisation Civicus, an dem auch Kuts mitgearbeitet hat, konzentrierten sich vor den Ereignissen am Maidan 43 Prozent der ukrainischen Organisationen thematisch auf Jugendliche, 28 Prozent auf Menschenrechte, 26 Prozent auf öffentliche

Bildung und 23 Prozent auf andere soziale Unterstützung. Dass das Engagement für soziale Anliegen und für sozialen Zusammenhalt in den nächsten Monaten weiter zunimmt, ist laut Kuts zu erwarten, da auch die Solidarität und Kommunikation zwischen einzelnen Organisationen in Folge der Krise zugenommen haben.

Das Vertrauen der Menschen gegenüber den klassischen Massenmedien, wie Fernsehen und Zeitungen, befindet sich allerdings auf einem Tiefpunkt. Die Folge: Gerade der persönliche Kontakt über Straßenwerbung oder soziale Netzwerke hat einen Aufschwung erfahren. So nutzen viele Organisationen soziale Netzwerke, um auf Crowdfunding-Plattformen zu verweisen und um auf persönliche Weise um Vertrauen und Spenden zu bitten.

Die vermehrte persönliche Werbung auf der Straße hat allerdings auch zu Problemen geführt, sagt Kuts: „In diesem Bereich gibt es etliche Täuschungen. Am problematischsten ist, dass Betrüger von den Medien beachtet werden, und das ruiniert das Image des gesamten Sektors. Wir sind am Institute of Professional Fundraising sehr besorgt wegen solcher Kampagnen. Derzeit sammeln wir noch Fallbeispiele, und demnächst werden wir auch einen Kongress über Ethik im Fundraising abhalten, bei dem wir versuchen, gegen diese negative Entwicklung anzukämpfen.“ In diesem Sinne würde das Institut auch öffentliche Kontrollen begrüßen. „Das würde zwar den bürokratischen Aufwand anheben, es würde zumindest aber auch eine Art von Filter gegen Täuschungsversuche bilden und die örtlichen Behörden auch mit einigen Pflichten versehen, um gefälschte Sammlungen zu unterbinden.“ Gerade jetzt hält Kuts diese Investition ins Vertrauen der Gesellschaft gegenüber Non-Profit-Organisationen für unentbehrlich: „Wir müssen es nämlich schaffen, das Feuer am Lodern zu halten, das im vergangenen Jahr aufgeflammt ist. Nur so kann das langfristige Engagement der Bürger für die Angelegenheiten ihres Landes durch die zivilgesellschaftlichen Organisationen entflammt werden.“

Ukraine

Staatsform: Republik
Amtssprache: Ukrainisch
Religion: orthodoxe (75 %), römisch-katholische (2,4 %) und evangelische (2,7 %) Christen, Muslime (4 %), Juden (0,2 %)
Einwohnerzahl: 45,43 Mio (2014)
Bevölkerungsdichte: 78 Einwohner/km²
Währung: Griwna
Bruttoinlandsprodukt:
3 929 US-Dollar pro Einwohner (2011)

Quelle: Wikipedia

Ein ausführliches Interview mit Svitlana Kuts finden Sie auf der Internetseite des Fundraiser-Magazins.
▶ *www.fundraiser-magazin.de*

koopmanndruck
Mehr Wert für Kommunikation.

Einfach intelligent.
Papier mit IQ – für Kommunikation, die mehr kann. Von Card-in® bis KD Easy®.

Deutscher Fundraising Kongress | 19. – 21.05.2015 in Berlin

Spezialdruck mit Medienintegration
Qualitätsdruck für Direktmarketing
Endlosdruck für Massenkorrespondenz
KD Easy® Komplettlösungen

www.koopmann.de

Jagen und Sammeln an der Tagesordnung

China: Entwicklungsland mit enormem Spendenpotenzial

Das Reich der Mitte ist in Sachen Fundraising noch ein Entwicklungsland. Viele NGOs, die in China tätig sind, sind von internationalen Geldgebern abhängig. Doch das bevölkerungsreiche Land bietet auch spannende Möglichkeiten.

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Wolf Kantelhardt arbeitet seit 2006 in China im Verbindungsbüro der katholischen Hilfsorganisation Misereor und koordiniert die Arbeit mit den chinesischen Partnerorganisationen. „Am liebsten würde ich noch viel länger hier arbeiten, denn wir haben es hier mit den interessantesten Menschen Chinas zu tun, denen, die nicht nur im Internet auf die Regierung schimpfen, sondern die sich mit anderen Menschen zusammentun, um bestehende gesellschaftliche Probleme anzugehen – und dafür werden sie nicht immer nur gelobt", erzählt er.

Trotz der Öffnung des Landes für Ausländer hält die Kommunistische Partei Chinas Non-Profit-Organisationen an der kurzen Leine. Misereor hat wie viele andere Organisationen keinerlei Legitimation in China. Die haben nur die chinesischen Stiftungen. „Ausländische Stiftungen kommen da fast nicht hinein und ihnen ist Fundraising auch nicht erlaubt", erläutert Christian Gahrmann, der für die China-EU School of Law arbeitet. So wartet nach seinem Wissen momentan die Hälfte der ausländischen Stiftungen noch auf ihre jährliche Legitimation, in China tätig zu sein. Diese Unsicherheit bremst Chinas gemeinnützigen Sektor. Zwar hätten viele Parteifunktionäre erkannt, dass sich regionale Probleme in der Armutsversorgung, in der Pflege von Alten und Kranken oder auch bei Umweltproblemen mit Non-Profit-Organisationen lösen ließen, aber das heißt nicht, dass dies ohne Kontrolle passiert. Viele Non-Governmental Organizations (NGOs) sind in Wahrheit halbstaatliche „GoNGOs": Governmental NGOs. Fast alle stehen unter staatlicher Beobachtung. Daneben gibt es aber auch viele NGOs, die überhaupt nicht registriert sind, weder als NGOs noch im Handelsregister, zum Beispiel die Sozialdienstzentren einzelner Diözesen oder Waisenheime der katholischen Schwestern. „Die Theorie, dass es in China keine echte Zivilgesellschaft gibt, ist schlicht unzutreffend", schätzt Kantelhardt ein. „In China gibt es im Moment 4249 Stiftungen. 1493 davon sind öffentlicher Hand und 2756 in privater Hand, weiß Zhuang Liu, Direktor des China Charity Information Center (CCIC), zu berichten. Zusätzlich schätzt er, dass sich bereits etwa 100 000 Organisationen im Fundraising betätigen. Für das Riesenreich mit knapp 1,4 Milliarden Menschen eine überschaubare Zahl.

Das Spendenaufkommen lag 2013 nach Erkenntnissen des CCIC bei 989 Milliarden Yuan, was ungefähr 139 Milliarden Euro entspricht. Die populärsten Spendenthemen sind Bildung und medizinische Hilfe. „Generell unterstützen die Chinesen auch arme Menschen oder solche, die Hilfe benötigen", gibt Zhuang Liu an. Der Fundraising-Durchbruch kam 2008 nach dem verheerenden Erbeben mit über 80 000 Toten in der Region Sichuan. Viele Menschen wollten helfen und spendeten für die GoNGOs, die im Erdbebengebiet halfen. Dazu gehörte auch das Rote Kreuz, das kurz darauf für einen Spendenskandal in China sorgte, als eine Mitarbeiterin sich im Internet allzu sorglos über ihren für chinesische Verhältnisse luxuriösen Lebensstil ausließ. Das CCIC plant in nächster Zeit auch ein Spendensiegel für China. „Wir wollen Charities prüfen und unsere Untersuchungsergebnisse der Öffentlichkeit zugänglich machen", so Liu.

Die technikaffine und spendable Ober- und Mittelschicht Chinas hat auch ein anderes Spendenverhalten als vergleichbare Bevölkerungsschichten in Europa. „China überspringt ganz viele Stufen und startet gleich im Online-Fundraising“, schätzt Gahrmann ein. Das CCIC gibt an, dass 2013 bereits 3 Milliarden Yuan, also etwa 422 Millionen Euro, online und mobil gespendet wurde. Daneben gibt es eine große Grauzone der sogenannten Shopping-Spenden. „Kleine Organisationen verkaufen Figuren aus Schnüren mit Plastikperlen oder traditionelle Knoten aus roter Schnur. Außerdem haben sie teilweise ganz beachtliche Internetauftritte oder bieten bestimmte Serviceleistungen beim chinesischen eBay-Nachbau Taobao an, zum Beispiel ein warmes Mittagessen für ein Kind. Das wird von der Regierung alles nicht als Spendeneinwerben gesehen und soweit ich weiß auch nicht behindert“, berichtet Kantelhardt. Die chinesischen Stiftungen sind dagegen oft unternehmensnah und erhalten Spenden aus dem Promilleanteil jeder Kreditkatenbenutzung oder arbeiten mit Stars bei exklusiven Fundraising-Dinners und Fernsehgalas mit Millionen von Zuschauern.

Das führt aber auch zu Problemen, denn viele der Stiftungen sind zwar reich, aber ohne fachliche Expertise. Das Social Resources Institute, das jede Woche einen „China Donor Roundtable“ organisiert, ist für Kantelhardt deshalb eine wichtige Institution, weil es versucht, die Stiftungen zu überzeugen, dass es besser ist, NGOs zu unterstützen und nicht alles selbst zu machen. „Wie gut kann die Stiftung eines reichen Immobilienunternehmers wohl schon ein Netzwerk von Eltern autistischer Kinder aufbauen?“, fragt er sich. „Ich persönlich mag keine solchen Projekte – hohe Gehälter, hohe Reisekosten, unscharfe Projektziele, keine Wirkungsindikatoren.“

Das Thema Nachhaltigkeit ist in China ebenfalls noch ein Fremdwort, Spenderbindung eher Fehlanzeige. Jagen und Sammeln sind an der Tagesordnung. Anders sieht es im Umweltbereich aus, berichtet Kantelhardt: „Da kommt derzeit so viel Geld von Ma Yun, zu dessen Konzern auch Taobao und die Shopping-Plattform Alibaba gehören sowie seiner Unternehmerfreundesgruppe, dass die Organisationen gar kein ausländisches oder privates Geld mehr brauchen.“ China ist kaum berechenbar.

China

Staatsform: Volksrepublik
Amtssprache: Hochchinesisch (Mandarin)
Religion: strenge Trennung von Kirche und Staat, verbreitet sind Buddhismus, Daoismus, Islam und Christentum
Einwohnerzahl: 1,4 Milliarden (2014)
Bevölkerungsdichte: 143 Einwohner/km²
Währung: Renminbi Yuan
Bruttoinlandsprodukt:
6 958 US-Dollar pro Einwohner (2013)

Quelle: Wikipedia

Bank
für Sozialwirtschaft

Vertrauen Sie unserer Expertise.

Zum Beispiel bei Bauvorhaben, Basisanalyse basierend auf dem § 21-KHEntgG-Datensatz, Investitionen in medizinische Großgeräte, Factoring oder Leasing. Wir bieten Ihnen das gesamte Leistungsspektrum einer Universalbank, kombiniert mit jahrzehntelanger Erfahrung im Gesundheits- und Sozialwesen. Für Finanzplanung mit Umsicht.

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

Engagement am Zuckerhut

Fundraising für und in Brasilien

Brasilien ist kein Entwicklungsland mehr. Mittlerweile werden an kleinere deutsche Stiftungen eingereichte Projekte mit der Begründung abgelehnt, dass soziale Aufgaben aufgrund des enormen Wirtschaftswachstums des Landes nun vom brasilianischen Staat übernommen werden müssten. Richtig oder falsch?

Von EDDA RIEDEL

Die Argumentation für die Gewinnung von Spendern und Förderern in Europa wird schwieriger und komplexer, die benötigte Hilfe liegt nicht mehr offensichtlich auf der Hand. Positiv zu vermerken sind an dieser Stelle große international agierende Stiftungen, die übergeordnete Ziele verfolgen, wie beispielsweise den Schutz der frühen Kindheit („Save the children", Kindermissionswerk „Die Sternsinger" e.V. u.a.). Sie fördern strategisch lokale Projekte und Organisationen, und man trifft hier auf Verantwortliche mit großem Wissen und Verständnis. Allerdings ist die Antragstellung komplex und umfangreich, ebenso wie die regelmäßig verlangte Berichterstattung. Dies können nur Organisationen leisten, in denen Projektleiter und Fundraiser eng zusammenarbeiten. Die Fähigkeiten, die ein Fundraiser hier mitbringen muss, reichen vom Windelnwechseln (um über das Projekt zu schreiben, muss man es auch hautnah kennenlernen) bis zur Erstellung von Kosten- und Finanzierungsplänen. Ein Fundraiser, der diese interessante Arbeit leisten möchte, vertreibt kein fertiges Produkt, sondern arbeitet an dessen Entstehung mit.

Bei der Associação Comunitária Monte Azul war das für mich die Realisierung von vier neuen Projekten: eine Musikschule, eine Waldorfschule, ein Streetworker-Programm und die Casa Angela, das erste staatlich anerkannte Zentrum für humanisierte Geburt in ganz Brasilien. Alles in Favelas und für Menschen aus Favelas. Und mithilfe einer interessanten Mischfinanzierung aus europäischen und brasilianischen Fördermitteln.

Wie also funkioniert Fundraising in Brasilien? Wie in Europa gibt es auch dort die üblichen Felder, um Einkünfte zu generieren: Privatspenden, Firmen-Sponsoring, Stiftungsgelder und öffentliche Mittel. In Bezug auf Privatspenden und Sponsoring muss vorausgeschickt werden, dass Spenden in Brasilien größtenteils nicht steuerlich absetzbar sind. Vielleicht erklärt das die geringe Spendenbereitschaft der Bevölkerung, wobei ich persönlich denke, dass es andere Ursachen hat. In Brasilien kann man erst seit wenigen Jahren von einer tatsächlich existierenden Mittelschicht sprechen. Bis dahin waren die Menschen ausschließlich mit dem eigenen sozialen Aufstieg beschäftigt, sodass sich erst langsam Raum und Bewusstsein für soziale und politische Verantwortung bilden.

Die Gewinnung von privaten Spendern ist demzufolge schwierig und erfordert einen großen Arbeitsaufwand. Auch das Schritthalten mit modernen Kommunikationsmitteln wie Internet und Soziale Medien spielt eine große Rolle, und nicht alle NGOs verfügen über die nötigen finanziellen Mittel und das Know-how.

Im Bereich des Firmen-Sponsoring sieht es anders aus: Jede große Firma in São Paulo unterhält in der Regel eine Abteilung für Responsabilidade Social, also Corporate Social Responsibility. Die Aktivitäten dieser Abteilungen sind weit gefächert und reichen vom Wissenstransfer über aktive Arbeitseinsätze bis hin zu monetärer Unterstützung. Die Ausschreibung von Förderungen ist eher willkürlich und folgt keinen Regeln; hier sind Netzwerken, Laufarbeit

Brasilien

Staatsform: Bundesrepublik
Amtssprache: Portugiesisch
Religion: römisch-katholische (64,6 %) und protestantische (22,2 %) Christen
Einwohnerzahl: 202,74 Mio (2014)
Bevölkerungsdichte: 24 Einwohner//km²
Währung: Real
Bruttoinlandsprodukt: 12 789 US-Dollar pro Einwohner (2011)

Quelle: Wikipedia

und rasches Reagieren angesagt, wenn ein „Edital“ erscheint.

In diesem Zusammenhang sind die Programme „Lei Rouanet“ (eigentlich Lei Federal de Incentivo à Cultura, also Kulturförderung) und „FUMCAD“ (Fundo Municipal da Criança e do Adolescente, also alles was mit der Förderung von Kindern und Jugendlichen zu tun hat) erwähnenswert. Beides Programme der Regierung, ermöglichen diese Privatspendern und Firmen tatsächlich Steuerermäßigung, wenn sie an das Programm spenden. Soziale und kulturelle Initiativen, Projekte und Organisationen müssen sich dort registrieren lassen (was ein langer Weg ist), um Gelder zu erhalten. Spender können sowohl allgemein als auch zweckgebunden für einen bestimmten Bereich oder eine registrierte Organisation ihrer Wahl spenden. Auch SOS-Kinderdörfer in Brasilien werden mit Mitteln aus dem FUMCAD gefördert.

Die Krippen, Kindergärten und Horte der Associação Comunitária Monte Azul erhalten einen großen Teil ihrer benötigten Gelder vom Sozialamt der Stadt São Paulo. Der restliche Bedarf wird durch Spenden vor allem aus Deutschland abgedeckt. Wir haben sogenannte „Convênios“, also Verträge mit der Stadt, die uns pro Kind pro Monat einen bestimmten Betrag bezahlt. Wir als NGO übernehmen für den Staat erzieherische Aufgaben, die dieser per Gesetz erfüllen müsste, aber aktuell nicht leisten kann. Um ein „convênio“ zu erhalten, muss man selbstverständlich einige Voraussetzungen erfüllen, aber wer eigene Kinder hat, findet es durchaus normal, dass Gebäude und Gruppenräume vom TÜV überprüft werden und die Erzieherinnen vernünftig ausgebildet sein sollen. Das Problem ist nur, dass die Stadt mit ihren Auflagen teilweise übers Ziel hinaus schießt und dabei eine kindgerechte Erziehung zugunsten der schnellen Umsetzung neuer Richtlinien aus dem Blick verliert.

Es gibt also Gelder, sowohl private als auch öffentliche. Der Arbeitsaufwand, um an diese Gelder heranzukommen, ist hoch. Planungssicherheit gibt es nicht. Obwohl die Organisation, für die ich arbeite, mit vielen Preisen ausgezeichnet wurde und bereits seit 1979 besteht, leben wir weiterhin von der Hand in den Mund, von Jahr zu Jahr. Als Tendenz zeichnet sich aber durchaus ab, dass immer mehr Mittel auch im Land generiert werden können.

Edda Riedel *engagiert sich nach einem Aufbaustudium in Kulturmanagement an der PH Ludwigsburg in der Entwicklungszusammenarbeit und ist seit 2008 Fundraiserin bei der brasilianischen Organisation Associação Comunitária Monte Azul.*
► *www.monteazul.de*

GRÜN SOFTWARE AG

Webbasierte Branchenlösung für Spendenorganisationen

Im Handumdrehen Spendenaktionen starten

GRÜN Software AG | Augustastraße 78 | 52070 Aachen | Tel 0241 18 900 www.gruen.net

Eselskarren besser als Truck

Äthiopien: Projekte brauchen mehr Zeit und internationale Spenden

Im World Giving Index der britischen Charities Aid Foundation liegt Äthiopien auf Rang 72 und damit im Mittelfeld. Beim Thema Spenden liegt das Land aber deutlich weiter hinten. Doch Ressourcen hat Äthiopien, wie eine kleine deutsche Organisation beweist.

Von KURT MANUS

Hinter dem fast unaussprechlichen Namen Edget Baandnet versteckt sich ein deutscher Verein, der gemeinsam mit seinem Partner „Center of Concern" in Awassa im Süden Äthiopiens ein Kinderhaus betreibt und Bildungsprojekte organisiert. „Äthiopien ist kein einfaches Pflaster für Entwicklungshelfer", weiß der ehrenamtlich arbeitende Geschäftsführer Jörn Bernhardt zu berichten. Er selbst hat schon als Experte, als Regierungsberater und Entwicklungshelfer in vielen Ländern gearbeitet. „Die Äthiopier sind ein stolzes Volk mit einer fast 3 000-jährigen Geschichte und sehen sich nicht als Afrikaner."

Das macht Entwicklungshilfeprojekte dort sehr anspruchsvoll. Viele Organisationen hätten sich wieder zurückgezogen, weil sie keine richtigen Partner gefunden hätten, meint Bernhardt. Dabei gäbe es die, doch viele würden gar nicht selbst auf die Idee kommen, vor Ort Förderer anzusprechen und eigene Ressourcen zu erschließen. „Dabei haben zum Beispiel ausländische Geber und Botschaften Projektfonds von mehr als 100 000 Euro, mit denen auch kleinere Projekte gefördert werden könnten, viele Förderer suchen im Land selbst nach geeigneten NGOs, um große Summen loszuwerden. Doch genau da liegt das Problem.

„Geld ist genug da, aber die Wirksamkeit des Einsatzes ist oft sehr limitiert", kritisiert Bernhardt. Große Spender wie Firmen versuchten hier möglichst schnell und mit viel Geld zu helfen. Kein Wunder, sind doch immer noch 2,8 Millionen Kinder in

Äthiopien ohne Schulbildung. „Aber man darf die Äthiopier nicht aus ihrer eigenen Verantwortung entlassen, sondern muss mit ihnen gemeinsam Lösungen und Wege finden, dann werden Projekte auch langfristig wirksam." Das würde aber deutlich mehr Zeit brauchen und diese Geduld hätten große Spender nicht. Durch die Verankerung in der Bevölkerung haben solche Projekte aber deutlich mehr Potenzial. Auch wenn es nicht immer perfekt läuft. Wie eines der ersten Schulprojekte von Edget Baandnet, die gemeinsam mit einer Gemeinde eine Schule bauten, die aus dem klassischen afrikanischen Baumaterial Kuhmist und Lehm bestand. „Alle haben freiwillig mitgearbeitet und unser Verein hat die Finanzierung mit deutschen Spenden gestemmt. So war die Schule in der Gemeinde sofort anerkannt und die Kinder gingen zur Schule." Nach sechs Jahren war die Schule nun allerdings reparaturbedürftig und die Japaner, die auf das Projekt wegen seiner Wirksamkeit aufmerksam wurden, boten der Gemeinde an, eine neue Schule aus Beton zu errichten. Allerdings hielten Männer im Hintergrund die Hand auf und die Schule wurde gebaut. Für Bernhardt ein Sündenfall. „Das Projekt steht jetzt bei Edget auf der roten Liste und bekommt kein Geld mehr von uns."

In Äthiopien selbst um Gelder zu bitten, ist schwierig. Das Land ist arm und die kleine reiche Oberschicht wenig spendabel. „ Manchmal gibt es lokale kleine Unternehmer, die etwas spenden, aber immer nah am eigenen Geschäftsinteresse. Etwa, wenn in der Nähe der Schule auch ein Laden aufgebaut werden darf. Bernhardt meint, dass die Afrikaner selbst viele Ressourcen hätten, diese allerdings oft nicht sehen. Edget Baandnet bietet deshalb auch über den Senior Experten Service in Afrika Organisationsberatung im Bereich des Social Business an.

Natürlich könne zum Beispiel der Sand für den Bau eines Schulhauses auch mit einem Truck transportiert werden. Das sei schnell, brauche aber auch deutlich mehr Spendengelder. Edget Baandnet finanzierte in Absprache mit der Gemeinde einen Esel und einen Anhänger, mit dem der Sand von freiwilligen Helfern vom nahen See herangeschafft wurde und der der Gemeinde danach für die Baumaßnahmen zur Verfügung stand. „Äthiopien ist anders, man muss das akzeptieren und kann diesem stolzen Volk nicht einfach unsere Wertvorstellungen überstülpen", gibt Bernhardt zu bedenken. „Das ist sicher ein längerer Weg, aber wir sind es auch unseren Spendern schuldig, aus wenig Geld viel mehr zu machen und nicht umgekehrt.

Äthiopien

Staatsform: parlamentarische Bundesrepublik
Amtssprache: Amharisch
Religion: Christen (Äthiopisch-Orthodoxe, Protestanten, gesamt 62,8 %), Muslime (33,9 %), traditionelle Religionen (4,6 %)
Einwohnerzahl: 96,6 Mio
Bevölkerungsdichte: 88 Einwohner/km²
Währung: Äthiopischer Birr
Bruttoinlandsprodukt:
390 US-Dollar pro Einwohner (2009)

Quelle: Wikipedia

Endlich, .NGO!

Domainname & Verzeichnis.
Profilseite & Spendenplattform.
Alles exklusiv für Ihre Organisation.

17. März - 20. April

Registrierung für Markeneninhaber!

Wenn Sie eine Marke haben die im Trademark Clearinghouse eingetragen ist, können Sie jetzt die .NGO Domain vor allen anderen registrieren.

21. April - 5. Mai

Privilegierter Zugang

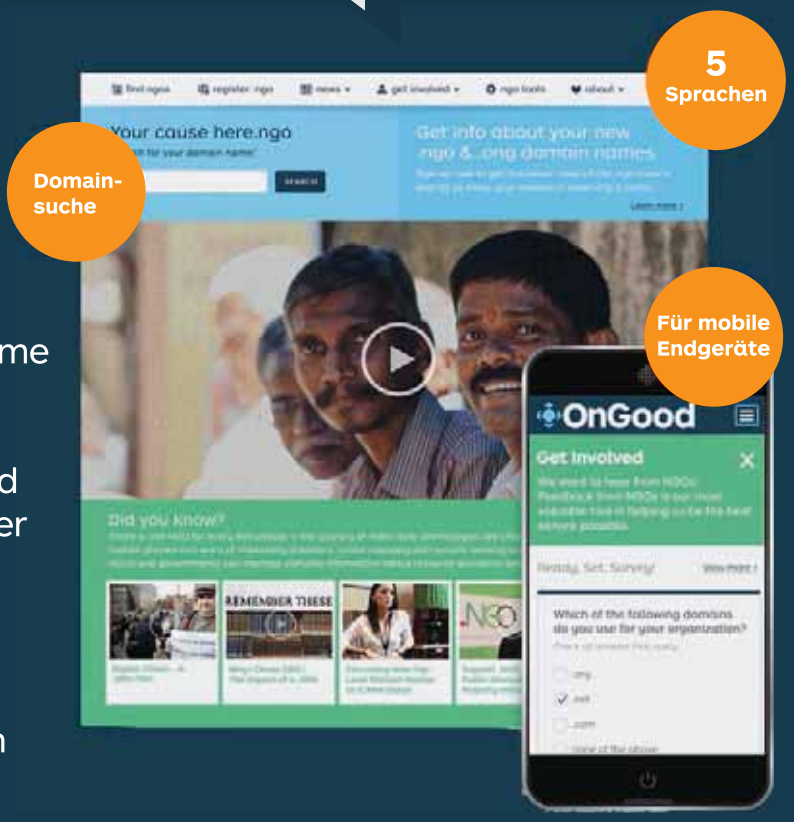
In dieser Phase können Sie privilegiert ihre .NGO Domain registrieren, wenn Sie sich auf www.globalngo.org vorregistriert haben.

6. Mai

Allgemeine Verfügbarkeit

Alle gemeinnützigen Organisationen und NGOs können Ihre Domainnamen jetzt registrieren.

Erstellen Sie die Profilseite auf OnGood



- Validierter Domainname für NGOs
- Eintrag in das OnGood Verzeichnis mit eigener Profilseite
- Spendensammeln
- Mehr Vertrauen durch Glaubwürdigkeit

OnGood

globalngo.org

„Jede gute Tat ist ein Gottesdienst“

Wofür Muslime spenden

Muslime werden von gemeinnützigen Organisationen als Zielgruppe oft vernachlässigt. Dabei sind sie großzügige Spender, wie Studien zeigen. Nur: Wofür geben Muslime Geld? Welche Organisationen profitieren davon? Und welche Rolle spielt die Religion bei der Spendenentscheidung?

Von PETER NEITZSCH

Der Islam gehört zu Europa: Rund 15 Millionen Muslime leben in der Europäischen Union. Etwa fünf Prozent der Menschen in Deutschland, Österreich und der Schweiz sind islamischen Glaubens. Dennoch ist über das Spendenverhalten dieser Gruppe recht wenig bekannt. In Großbritannien ist man da schon weiter: Laut einer Umfrage spenden britische Muslime im Durchschnitt fast 500 Euro im Jahr – damit liegen sie vor allen anderen Religionsgruppen.

Für Ercihan Gümüsel von muslimehelfen e. V. ist das keine Überraschung: „Es ist eine Untertreibung zu sagen, spenden ist wichtig für Muslime“, sagt der Fundraiser und Vereinsvorstand. „Man kann kein Muslim sein, ohne zu spenden.“ Die Hilfsorganisation wurde in den 1980er-Jahren in Deutschland gegründet und wendet sich an alle deutschsprachigen Muslime: „Wir verstehen uns nicht als Migrantenorganisation, die sich einer Volksgruppe oder politischen Auffassung verbunden fühlt.“

Muslimehelfen geht es um humanitäre Hilfe: „Dafür sammeln wir mit 20 Mitarbeitern jedes Jahr rund vier Millionen Euro ein“, sagt Gümüsel. Die Spendeneinnahmen kommen etwa 100 bis 120 Projekten im Jahr zugute, die gemeinsam mit lokalen Partnern umgesetzt werden. „Wir betreiben Fundraising aus einem religiösen Verständnis heraus“, sagt der Spendenprofi. „Aber man muss in der Kommunikation mit dem Spender darauf achten, die Religion nicht auszubeuten.“ So sei es tabu, den Menschen ein schlechtes Gewissen einzureden.

WÄHREND DES RAMADAN IST SPENDEN-HOCHSAISON

„Alle großen Religionen rufen zu Solidarität und Wohltätigkeit auf, das ist beim Islam nicht anders“, sagt Silvia Martens von der Universität Luzern. „Der Koran schreibt eine religiöse Pflichtabgabe vor, die Zakāt, die von jedem Muslim gespendet werden muss“, erläutert die Religions- und Islamwissenschaftlerin. Oft geschehe das im Ramadan: „Während des Fastenmonats ist das Spendenaufkommen unter Muslimen besonders hoch.“ Viele islamische Hilfsorganisationen würden dann gezielt zu Spenden aufrufen.

„Der Ramadan ist für uns das, was für christliche Hilfsorganisationen die Weihnachtszeit ist“, bestätigt Gümüsel. „Da ist Spenden-Hochsaison.“ Das Fasten im Ramadan werde traditionell mit einer Armenabgabe abgeschlossen. Denn die Zakāt ist eine der Säulen des Islam: „Das ist eher wie eine Steuer, auf die Bedürftige Anspruch haben.“ Sie beträgt 2,5 Prozent des Vermögens, das sich ein Jahr lang im Besitz des Gebers befindet. Für Wohlgefallen vor Gott sorge außerdem die freiwillige Spende, die Sadaqa.

SCHLACHTOPFER WIRD TRADITIONELL DURCH DREI GETEILT

Daneben gibt es im Islam zahlreiche weitere Spenden zu bestimmten Anlässen wie religiösen Festen: „Beim Opferfest wird das Schlachtopfer traditionell durch drei geteilt – ein Teil ist für die Armen bestimmt und ein weiterer geht an die Nachbarn“, sagt Martens, die ihre Dissertation über „Muslimische Wohltätigkeit in der Schweiz“ verfasst hat. Anders als in Deutschland leben viele Einwanderer aus islamischen Ländern erst seit Kurzem in der Schweiz. Zum Opferfest werde deshalb noch häufig Geld in die Herkunftsländer geschickt.

„In Deutschland bieten viele islamische Hilfswerke die Möglichkeit, mit einer Spende ein Schlachtopfer zu finanzieren“, berichtet die Wissenschaftlerin. Auch muslimehelfen führt eine große Kampagne zum Opferfest durch: Von den Spenden kauft der Verein dann Tiere und lässt diese für Bedürftige schlachten. „Das ist natürlich nicht das Nonplusultra der Entwicklungshilfe“, räumt der Fundraiser ein. Es erfüllt aber einen anderen Zweck: „Das ist eher eine gottesdienstliche Handlung.“

ALS MUSLIM IN DER PFLICHT ZU HELFEN

„Religiöse Feste sind natürlich immer ein Anlass, um Spenden zu bitten“, bestätigt Nuri Köseli, Pressesprecher und Chef-Fundraiser von Islamic Relief Deutschland. „Aber wir rufen genauso bei Naturkatastrophen zu Spenden auf.“ Dafür habe Islamic Relief ein Stand-by-Mailing, das im Bedarfsfall verschickt werde. „Manche Spender wollen wissen, wie sie über uns ihre Kurban zum Opferfest spenden können. Aber die Menschen treten genauso an uns heran, wenn sie etwas in den Nachrichten hören und helfen wollen.“

Spenden seien Teil des spirituellen Lebens eines Muslim, sagt Köseli. „Jede gute Tat ist ein Gottesdienst.“ Das gelte auch für Muslime, die nicht streng religiös lebten: „Als Gläubiger fühle ich mich in der Pflicht, meinen Mitmenschen zu helfen.“ Dabei gehe es nicht um eine Spende an die Religion, sondern an bedürftige Menschen: „Wir leisten ausschließlich

humanitäre Hilfe und betreiben keine Missionsarbeit", betont der Sprecher. „Den Bau einer Moschee muss eine Gemeinde mit anderen Partnern finanzieren."

KULTURVEREINE SPIELEN WICHTIGE ROLLE

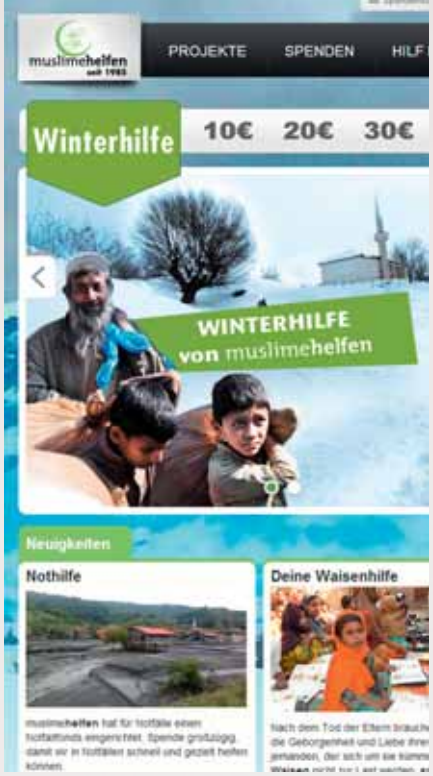
Hilfswerke wie Islamic Relief oder muslimehelfen e.V. wurden in westlichen Ländern gegründet und wollen alle Muslime ansprechen. „Viele andere islamische Hilfsorganisationen haben ihren Ursprung dagegen in den Herkunftsländern der Einwanderer", sagt Martens. Ein Beispiel dafür sei die türkische Nichtregierungsorganisation „Kimse Yok Mu". Aber auch in den Moscheen würde der Imam gezielt zu Spenden aufrufen: „Viele Sammlungen zur Unterstützung kleiner Projekte erfolgen spontan nach dem Freitagsgebet."

Oft würden Spenden zudem über persönliche Netzwerke weitergereicht, berichtet Martens. „Eine wichtige Rolle unter Einwanderern spielen die Kulturvereine." Durch Mitgliedsbeiträge und Spenden werde nicht nur das Religionsleben, sondern auch zahlreiche Vereinsaktivitäten finanziert – beispielsweise die Sprach- oder Brauchtumspflege. „Innerhalb der Gemeinschaft kennt man sich, damit steigt oft auch der soziale Druck, etwas zu spenden."

SPENDER DURCH COMMUNITY-MARKETING ERREICHEN

Fundraiser werden dadurch vor ganz neue Herausforderungen gestellt: Als deutsche Hilfsorganisation kommuniziere man mit den Spendern vor allem auf Deutsch, sagt Köseli. „Im Sinne des Ethno-Marketings sprechen wir die verschiedenen Gruppen aber auch in der Sprache an, die sie sprechen." So gibt das Hilfswerk beispielsweise auch Informationsmaterial auf Türkisch heraus.

Die arabischen und bosnischen Gemeinden erreicht Islamic Relief mit Hilfe von Community-Marketing. Adressdatenbanken gebe es für diese Spendergruppen keine, erläutert Köseli. „Wir versuchen die Menschen deshalb gezielt durch Veranstaltungen anzusprechen, die von uns oder von der Gemeinde organisiert werden." Das können Info-Abende sein, aber auch Sport- und Familienfeste oder Konferenzen. „Natürlich fällt der Zugang leichter, wenn der Fundraiser selbst aus der Community kommt." Das sei aber keine Bedingung.



Auch bei Muslimehelfen erreichen Spendenaufrufe für bestimmte Projekte keineswegs alle Spender: „Wir haben spezielle Projekte, die vor allem Frauen interessieren", sagt Gümüsel. Auch sei dem Team aufgefallen, dass während der Winterkampagne viele Muslime spenden, die aus osteuropäischen Ländern wie Bosnien oder Albanien kommen. „Das bedeutet für uns, dass wir Spendenaufrufe auf spezifische Kanäle schicken."

EIN WORT DES PROPHETEN ALS DANKES-SMS

Dass Kooperation auch über Kulturgrenzen hinweg gelingt, zeigt ein anderes Projekt: „Das Muslimische Seelsorgetelefon wurde 2009 als interreligiöses Projekt gegründet", sagt der Berliner Spendenberater Stefan Schenck. Dahinter stehen Islamic Relief und die Kirchliche Telefonseelsorge Berlin-Brandenburg. „Der Gedanke war, dass muslimische Anrufer eher erreicht werden, wenn beim Gesprächspartner ein Grundwissen über den sozialen und kulturellen Hintergrund besteht." Ein spendenfinanziertes Projekt, das sich an Muslime in ganz Deutschland richtet – das gab es bislang noch nicht.

Die Muslimische Telefonseelsorge „MuTeS" arbeitet nach den Prinzipien Vertraulichkeit, Anonymität und aktives Zuhören. „Außerdem ist das Sorgentelefon kostenlos und rund um die Uhr erreichbar." Klar, dass das Geld kostet: „Immer wenn wir unsere Telefonnummer bewerben, bitten wir deshalb auch um Spenden", erläutert Fundraiser Schenck. Zum fünfjährigen Jubiläum der Seelsorge habe man außerdem erfolgreich eine SMS-Spendenkampagne gestartet. „Als Dankes-SMS verschicken wir ein Wort des Propheten."

Könnten Muslime auch eine Zielgruppe für nicht-islamische Spendenorganisationen sein? Im Prinzip schon: „Ich habe viele muslimische Bekannte, die bei säkularen Organisationen wie ‚Ärzte ohne Grenzen' oder UNICEF spenden", sagt Gümüsel. Die Mehrheit der Muslime spende aber bei islamischen Hilfswerken: „Die Zakāt kann nicht einfach irgendjemand in die Hand gedrückt werden. Dafür müssen bestimmte Regeln beachtet werden."

Hintergrund

Zakāt – Die verpflichtende Armenabgabe ist eine der fünf Säulen des Islam. Jeder Gläubige, der dies leisten kann, soll 2,5 Prozent des Vermögens spenden, das sich ein Jahr lang in seinem Besitz befand.

Sadaqa – Diese Spende ist anders als die Zakāt keine Pflicht. Da es Aufgabe eines Muslim ist, anderen Menschen zu helfen, sorgen die freiwilligen Almosen für Wohlgefallen vor Gott.

Kurban – Als Kurban wird auf Türkisch die Fleischspende zum Opferfest bezeichnet. In Erinnerung an Abraham, der einen Widder opferte, weil Gott seinen Sohn verschonte, schlachten Muslime ein Tier und teilen es mit den Armen.

Die Kinder der „Villa Kunterbunt" in Teningen wissen Bescheid. Eben haben sie selbst Ringelblumenbutter hergestellt (Foto). Im Gegensatz zu vielen anderen Kindern erfahren sie, wo ihr Essen eigentlich herkommt. Damit auch viele Gleichaltrige lernen, dass die Milch nicht in der Tüte entsteht und Tomaten nicht im Supermarkt wachsen, hat die Stiftung Besser essen. Besser leben. des Kochsysteme-Herstellers Alfa Metalcraft Corporation AG (AMC) das Projekt GartenKinder gegründet. In Zusammenarbeit mit dem Deutschen LandFrauenverband können Kinder in der KiTa oder im Kindergarten selbst Gemüse anbauen, ernten und natürlich auch essen. Das schmeckt!

▶ *www.besseressen-besserleben.org*

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.

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

Info-Portal für Beinamputierte

Die stolperstein-Plattform für Beinamputierte ist seit Februar im neuen Design online. Mit der benutzerfreundlichen Oberfläche und dem frischen Layout wird das Surfen in dem Informations- und Serviceportal einfacher und übersichtlicher. stolperstein.com besteht seit 2003 als Ratgeber und Austauschplattform für Beinamputierte, Angehörige und medizinische Versorger. Das Portal ergänzt das Endverbraucherkonzept stolperstein zusätzlich zum Print-Magazin und Veranstaltungen wie dem jährlichen stolperstein Ski-Event.

▶ *www.stolperstein.com*

Mehr Grün für Berlin

„Mein Freund, der Baum" können immer mehr Berliner sagen. Bis 2017 sollen in der Hauptstadt 10 000 neue Bäume gepflanzt werden; in diesem Frühjahr sind 600 Pflanzungen geplant. Die Berliner Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt hat die Kampagne 2012 gestartet. Wie viele Bäume letztendlich eingesetzt werden, hängt von den Spenden der Bevölkerung und der Unternehmen ab. Wer 500 Euro und mehr beisteuert, kann sich „seinen" Baum aussuchen, und auf Wunsch wird sogar ein Schild angebracht.

▶ *www.stadtentwicklung.berlin.de/umwelt*

Online-Plattform zum Thema Pflege gestartet

Wer einen Angehörigen pflegt, kann sich jetzt online Unterstützung suchen. Die curendo Community ist das erste soziale Netzwerk für pflegende Angehörige und ehrenamtlich Pflegende im deutschsprachigen Raum. Neben dem Erfahrungsaustausch und der Vernetzung fungiert es auch als Schnittstelle zu professionellen Pflegediensten; in Zukunft sollen auch Pflegeheime, Kliniken und Online-Pflegekurse integriert werden. Initiiert wird das Projekt vom Berliner E-Health-Unternehmen Töchter & Söhne, das digitale Gesundheitsanwendungen zum Thema entwickelt.

▶ *https://pflege.curendo.de*

Messebesucher unterstützen Kampf gegen Hunger

Die Deutsche Welthungerhilfe kann sich über eine Spende von 35 000 Euro freuen. Das Geld stammt aus der Spendenaktion „Grün ist die Hilfe", die in diesem Jahr bereits zum sechsten Mal stattgefunden hat. Der Scheck wurde von Joachim Rukwied, Präsident des Deutschen Bauernverbandes und Vorsitzender der Fördergemeinschaft Nachhaltige Landwirtschaft e. V., auf dem „ErlebnisBauernhof" während der Internationalen Grünen Woche in Berlin übergeben. Das Geld war durch verschiedene Aktionen auf der Messe zusammengekommen.

▶ *www.welthungerhilfe.de*

Schultour gegen Alkoholmissbrauch

Alkohol bei Kindern und Jugendlichen ist ein ernstzunehmendes Problem. Seit 2010 sind deshalb die Knappschaft und der Deutsche Kinderschutzbund an Schulen in ganz Deutschland unterwegs, um auf die Gefahren hinzuweisen. Kabarettist und Schauspieler Eisi Gulp will mit dem Bühnenprogramm „Hackedicht – oder was?" zum kritischen Nachdenken über den Umgang mit Hochprozentigem anregen, im zweiten Teil kommt das Fachteam des Suchthilfevereins Condrobs e. V. an die Schulen. Die Bewerbung für Schulen läuft bis zum 15. April.

▶ *www.hackedicht-tour.de*

Neue Ideen zum Thema Mehrweg gesucht

Plastikflaschen zum Wegwerfen sind bequem, aber eine ökologische Katastrophe. Umweltschonender ist das Mehrwegsystem, das jedoch dringend neue Ideen braucht, um in der Flut des Plastikmülls nicht unterzugehen. Die Deutsche Umwelthilfe und die Stiftung Initiative Mehrweg schreiben deshalb wieder den „Mehrweg Innovationspreis" aus. Schwerpunkt ist der Werkstoff Glas. Bewerbungen können bis zum 31. Juli eingereicht werden.

▶ *www.duh.de* ▶ *www.stiftung-mehrweg.de*

Grüßen will gelernt sein

Die Jugendlichen, die in der Wohngemeinschaft „SoWo“ im österreichischen Neunkirchen leben, erhalten erstmals Unterstützung vom LR Global Kids Fund e.V. Der Hilfsverein aus Ahlen spendet 12.000 Euro, die in die Bildung der 14- bis 18-Jährigen und in die Vermittlung von sozialen Fähigkeiten fließen sollen. Die 40 Bewohner von „SoWo“ leben nicht mehr in ihren Familien und bereiten sich auf eine Wiedereingliederung in die Gesellschaft vor. Selbst gängige Umgangsformen wie Händeschütteln und grüßen sind ihnen teilweise nicht bekannt.

► *www.lrgkf.com*

Liebesbriefe an einen Baum

Um die Bäume in Melbourne zu schützen und ein stärkeres Bewusstsein für sie zu schaffen, greift der Stadtrat der australischen Metropole zu ungewöhnlichen Mitteln. Die Bürger sind aufgefordert,

Bescheid zu sagen, wenn Bäume wegen Dürre oder extremer Hitze ihre Blätter oder Äste verlieren. Dazu wurde eine E-Mail-Adresse für jeden einzelnen Baum eingerichtet und auf einer interaktiven Karte vermerkt. Klickt man den Standort an, öffnet sich automatisch ein E-Mail-Formular. Nun bekommen die „hölzernen Mitbürger“ aber immer mehr persönliche Briefe. Eine Platane wurde zum Beispiel mit folgenden Worten angeschrieben: „Mach‘s gut, Baum. Du hast mir Schatten gespendet, als ich in meiner Pause Kaffee getrunken habe. Viele Grüße.“ Eine Ulme hat es weniger gut: „Mein Hund hat Dich gestern angepinkelt. Ich bitte vielmals um Entschuldigung.“

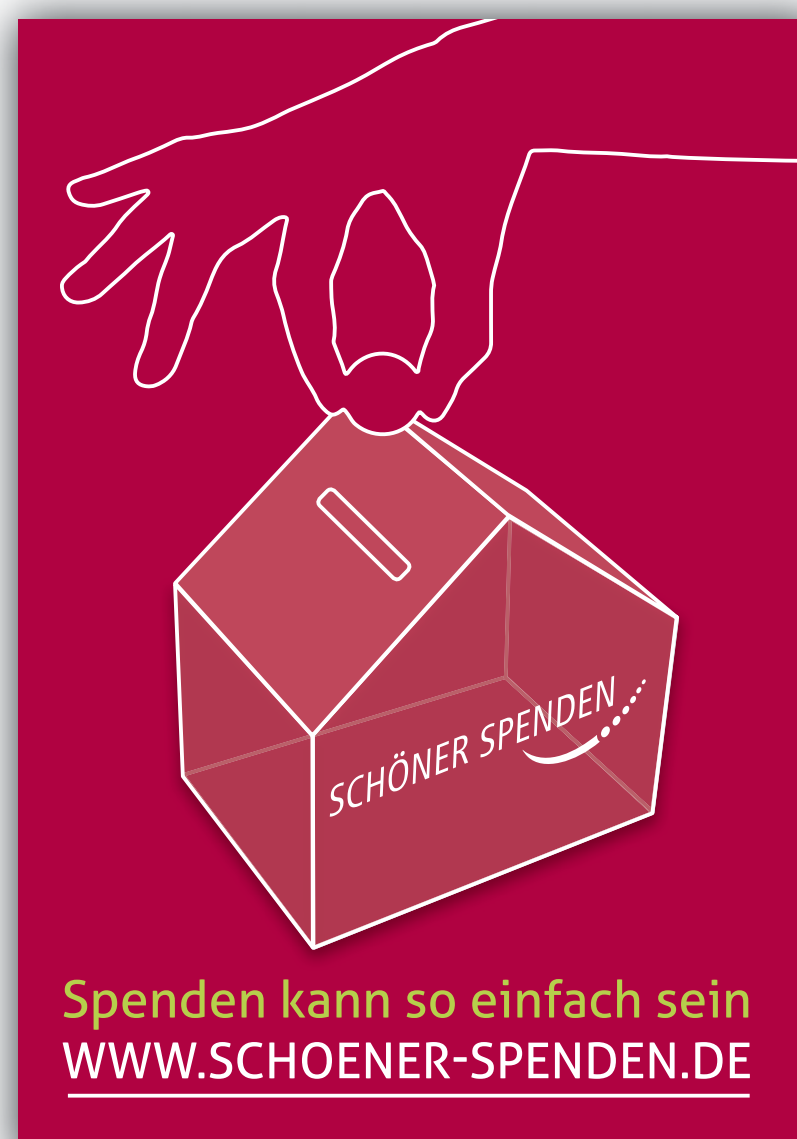
► *http://melbourneurbanforestvisual.com.au*

Wasser fürs Leben

In vielen Regionen der Welt steht den Menschen nach wie vor kein sauberes Wasser zur Verfügung. BASF, die BASF Stiftung und die Kinderrechtsorganisation Save the Children setzen nun gemeinsam ihr Fachwissen ein, um im indischen Mumbai die Wasserqualität und den Zugang zu Trinkwasser zu verbessern. Außerdem sollen passgenaue Lösungen für die Nahrungs- und Nährstoffsicherheit in der Region Turkana in Kenia gefunden werden. Die Projekte wenden das Empathic-Design-Verfahren an, bei dem die Zielgruppen mit einbezogen werden. Die Experten arbeiten dabei mit den Bewohnern der unteren und mittleren Einkommensklassen zusammen.

► *www.basf.com* ► *www.savethechildren.de*

Mitten auf einem öffentlichen Platz in Toronto steht ein bärtiger Mann mit verbundenen Augen und breitet die Arme aus (Foto). Den meisten von uns würde wohl das Blut in den Adern gefrieren. Das ist ein Selbstmordattentäter! Doch dann kommen immer mehr Passanten und umarmen ihn. Auf einem Schild zu seinen Füßen steht in Englisch: „Ich bin Moslem. Ich werde als Terrorist bezeichnet. Ich vertraue Ihnen. Wenn Sie mir vertrauen, umarmen Sie mich.“ Das Video zeigt, wie man mit einfachsten Mitteln viel Aufmerksamkeit erlangen kann. Die Reaktionen waren zum größten Teil positiv. Initiiert wurde die Aktion gegen Islamophobie von der kanadischen Aktivistin Asoomii Jay, die das Video auf ihrem YouTube-Kanal verbreitete.



Spenden kann so einfach sein
WWW.SCHOENER-SPENDEN.DE

Profitänzer Massimo Sinató, bekannt vor allem aus der RTL-Sendung „Let's dance", schlüpft abseits des Tanzparketts ins Engelskostüm, um sich gegen Mukoviszidose stark zu machen. Unterstützt wird er von der achtjährigen Patientin Linn-Lotta (Foto). An der unheilbaren Erbkrankheit, bei der sich ein zähflüssiges Sekret im Körper bildet, das Organe wie Lunge oder Bauchspeicheldrüse schädigt, leiden in Deutschland rund 8 000 Kinder, Jugendliche und Erwachsene. Auch der Cousin von Massimo Sinató ist betroffen. Nun ist der 33-jährige Tänzer und Choreograf der Botschafter der Schutzengel-Kampagne des Mukoviszidose e.V., den es mittlerweile seit 50 Jahren gibt. Die Idee ist, dass jeder, der den Patienten hilft – egal ob mit Geld, Sachspenden oder einfach nur mit ein bisschen Zeit – ein Schutzengel sein kann. Helfen verleiht eben Flügel.

► *www.muko.info/spenden*

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

Auch Syriens Nachbarland leidet

Während die Welt auf den Syrien-Konflikt schaut, wird auch die Lage im Nachbarland Jordanien dramatisch, denn hier halten sich bereits mehr als eine Million syrische Flüchtlinge auf. Die Organisation „Help – Hilfe zur Selbsthilfe" verteilt Nahrungsmittelpakete und frische Lebensmittel sowie Decken, warme Kleidung und Spielzeug für die Kinder. Gerade in den Wintermonaten spitzt sich die Situation extrem zu. Die Notunterkünfte, oft nur einfache Zelte, bieten kaum Schutz vor der Kälte.

► *www.help-ev.de*

Primus-Preis für Kinderrechte

Damit Kinder selber lernen, welche Rechte sie haben, hat der Gießener Kinderschutzbund das Projekt „Kinderrechte in Kindertagesstätten" entwickelt. Kindergartenkinder lernen dabei anhand von Rollenspielen oder anderen kreativen Ansätzen, dass kein Altersgenosse misshandelt, ausgebeutet oder vernachlässigt werden darf. Auch die Eltern und Erzieher werden mit einbezogen. Das Konzept könnte sofort auf andere Kindertagesstätten in ganz Deutschland übertragen werden. Dafür hat die Stiftung Bildung und Gesellschaft dem Projekt den Primus-Preis für den Monat Februar verliehen.

► *www.kinderschutzbund-giessen.de*

► *www.stiftung-bildung-und-gesellschaft.de*

Gute Kommunikation ist alles

Herausragende Kommunikationsprojekte und -formate können sich seit 2011 für den „Internationalen Deutschen PR-Preis" bewerben, der von der Deutschen Public Relations Gesellschaft e. V. (DPRG) und dem F.A.Z.-Institut verliehen wird. In 22 Kategorien aus den Bereichen Kommunikationsmanagement, Meinungsmärkte, Organisationstypen, Themenfelder und Instrumente durften 2014 Projekte eingereicht werden. Die Sieger wurden bei einer Gala am 23. Januar in Frankfurt am Main gekürt.

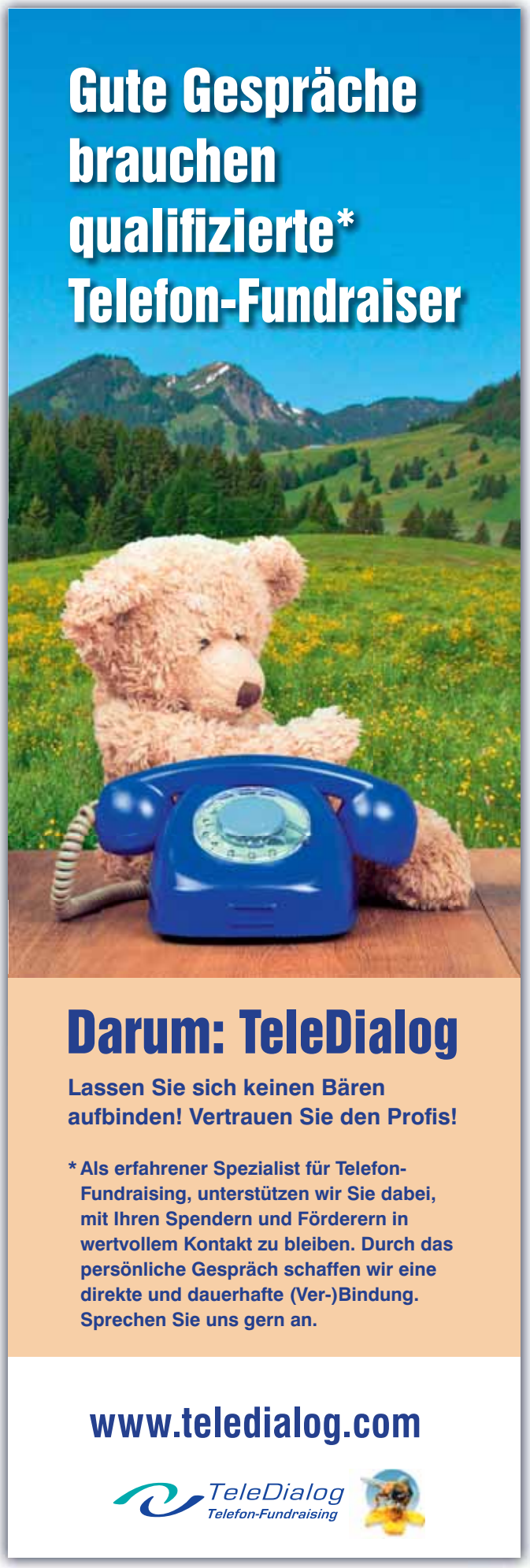
Zu ihnen gehört unter anderem das Projekt „Deutschland rundet auf". Kunden spenden beim Einkauf bis zu zehn Cent, indem sie ihre Beträge an der Kasse aufrunden lassen. Der Erlös geht an Projekte, die Kindern in Armut helfen. Weiterhin darf sich zum Beispiel auch die Berliner Obdachlosenzeitung „Strassenfeger" freuen, die für ihre Comicbeilage „Superpenner", die sich in einer Woche 20.000 Mal verkaufte, gewürdigt wurde.

► *www.der-deutsche-pr-preis.de*

Eine handbetriebene Nähmaschine ist für acht Jungen zwischen 14 und 18 Jahren aus dem Waisenhaus im nordafghanischen Faizabad der Start in die Zukunft. Drei Monate lang brachte ihnen ein Schneidermeister die Grundlagen des Nähens bei. Das internationale christliche Hilfswerk Shelter Now hat das Projekt zur Berufsbildung im Herbst letzten Jahres ins Leben gerufen, nachdem der Direktor des Waisenhauses gezielt danach gefragt hatte. Denn in Afghanistan ist es Tradition, dass Jungen den Beruf ihres Vaters ergreifen, Waisenkinder können das natürlich nicht. Nach der Vergabe der Zeugnisse schließt sich für die angehenden Schneider nun gleich ein Aufbaukurs an. Gleichzeitig werden sie auch in Teamarbeit, Persönlichkeitsbildung und im Umgang mit Arbeitszeit und Geld geschult.
► *www.shelter.de*

Garantiert nur Unikate

Das kennt man ja: Die meisten von uns haben in der Wohnung, auf dem Dachboden oder im Keller irgendetwas herumstehen, was Platz wegnimmt und zentimeterdicke Staubschichten ansetzt, zum Wegwerfen aber zu schade ist. Was tun mit solchen Dingen? Upcycling heißt das Zauberwort. Das Label EiNZIGWARE bietet ungewöhnliche Kleidungsstücke, Möbel oder kunsthandwerkliche Originale, die von Langzeitarbeitslosen in den Beschäftigungsbetrieben der Caritas mit viel Liebe und noch mehr Kreativität aufgearbeitet wurden. Da werden alte Taschen zu farbenfrohen Hinguckern, Kaffeekannen und Telefone zu Lampen (Foto) oder Schränke aus Omas Zeiten zu bunten Trend-Möbeln. An dem neuen Label sind über zwanzig Caritas-Unternehmen beteiligt. Wer ein Produkt kauft, unterstützt den Anspruch von EiNZIGWARE, ökologisch, sozial und kreativ zu sein. Seit Februar kann das Sortiment online bestellt werden. Auf einer Deutschlandkarte auf der Internetseite können Kunden die verschiedenen Einrichtungen aussuchen, in denen die einzigartigen Waren gefertigt werden. Wer noch mehr über seinen Artikel erfahren will, findet auch Infos dazu, welcher fantasievolle Kopf jeweils hinter der Idee steckt und welche Geschichte der Gegenstand „erzählen" kann.
► *www.einzigware.de*



Ein Porsche für Fußgänger

Studenten engagieren sich in einem Social Start-up für E-Mobilität von Senioren

Rollatoren erscheinen im Straßenbild eher wie Gehhindernisse. Glücklich wirkt damit zumindest kein einziger Senior. Die Zeiten des mühsamen Dahinschlurfens und Scheiterns an undankbaren Bordsteinkanten könnte jetzt aber vorbei sein. Zumindest arbeitet ein Social Start-up von Stuttgarter Ingenieuren an einer cleveren Lösung, nicht nur Rentner wieder richtig rüstig zu machen.

Von RICO STEHFEST

Elektroautos und E-Bikes sind mittlerweile Alltag, wenngleich auch ihre technische Entwicklung noch nicht komplett ausgereizt ist. Elektrischer Antrieb für Fahrzeuge hat Zukunft. Warum also nicht auch an einem Rollator? Räder hat der schließlich auch. Das dachten sich Max Keßler (links)und Daniel Reiser (rechts), Studenten der Ingenieurwissenschaften an der Uni Stuttgart. Und dass hier keine Kauze am Werk sind, zeigen die bereits deutlich sichtbaren Fortschritte. Mit Start-ups kennen sich beide schon mal aus. Und ein Exist-Stipendium der Bundesregierung hat bereits die Forschung und Entwicklung der Idee weit über den ersten Prototypen hinaus ermöglicht. So stehen inzwischen drei Varianten mit unterschiedlichen Ausstattungsmöglichkeiten im Portfolio der Jungunternehmer: basic, comfort und professional. Allen drei Varianten gemeinsam ist der über spezielle Griffe gesteuerte Antrieb, der seinen Benutzer mit maximalen sechs Kilometer pro Stunde geschmeidig über den Gehweg düsen lässt, automatisches Bremsen bei Gefälle inklusive. „Wie bei einem herkömmlichen E-Biker ist der Antrieb zuschaltbar. Man kann den Rollator also auch ganz wie gewohnt schieben“, erläutert Max Keßler. Das klingt nach Spaß. Auch das Laden ist denkbar einfach. „Da man nicht überall dort, wo man seinen Rollator abstellt, auch Zugang zu Strom hat, haben wir den Ladevorgang ausgelagert. Der Akku kann extern in einem Ladegerät über Nacht ganz einfach ans Stromnetz angeschlossen werden. Wie bei einem Akkuschrauber. Die Laufzeit reicht für einen ganzen Tag“, so Keßler.

Ab der comfort-Variante ist eine Halterung für ein Tablet vorgesehen. Braucht man also nur noch die Rollator-App. Und die ist selbstverständlich an das Verhalten älterer Menschen angepasst. Neben einer Anzeige für die Akkulaufzeit oder der Möglichkeit einer Notruffunktion sind die Geschwindigkeitsstufen des Antriebs durch Symbole steuerbar: von Schildkröte bis Rennpferd. Unkomplizierter kann man sich eine Bedienung kaum vorstellen. Aber auch die Sicherheit kommt nicht zu kurz. Alle drei Varianten sind mit Beleuchtung ausgestattet, bedienbar ab der comfort-Variante sogar durch Sprachsteuerung.

Und da digitale Geräte nicht zuletzt dafür bekannt sind, gut zum Speichern von Daten geeignet zu sein, kann der Rollator zum Motivator werden, wenn zurückgelegte Strecken und Geschwindigkeiten archiviert und später mit dem Hausarzt oder dem Orthopäden ausgewertet werden können. Der ärztliche beziehungsweise therapeutische Bereich gilt ohnehin als weiteres Einsatzfeld des E-Rollators. Gezieltes Lauftraining etwa nach Unfällen oder Operationen lässt sich so abseits von drögen Laufbändern kontrolliert umsetzen. Und über den

Einsatz von RFID-Karten kann ein Rollator sogar flexibel und personalisiert für mehrere Patienten eingesetzt werden.

Die Weiterentwicklung mit möglichen zusätzlichen Features steht im Wortsinn offen: Wer Ideen sowohl für die Soft- als auch die Hardware hat, sollte mit Vorschlägen nicht hinter dem Berg halten. Individualisierungen inklusive. Wie wäre es beispielsweise mit einem ausklappbaren Drohelement gegen ignorante Busfahrer und aufsässige Teenager? Da ist noch Luft nach allen Seiten.

Ins Auge fassen Daniel Reiser und Max Keßler nun das kommende Frühjahr: „Ab dann wollen wir die Marktreife erreicht haben. Der e-Buddy soll dann über den klassischen Vertrieb in Sanitätshäusern und ähnlichen Geschäften erhältlich sein“, so Keßler. Kleine Ideen können also mit der nötigen Geduld und Know-how am Ende tatsächlich groß rauskommen. Am Ende profitieren davon alle: Mit dieser Idee könnte erreicht werden, dass sich mobilitätseingeschränkte Senioren nicht mehr abgehängt fühlen. Stattdessen gibt’s den Coolness-Faktor.

▶ *www.my-ebuddy.com*

G&O
Dialog-Concept GmbH

© Illustration: Anja Kipper

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

Aus Afrika in den Schnee

Wie ein Schneesport-Tag traumatisierten Flüchtlingen wieder neue Perspektiven gibt

Für junge Flüchtlinge kann ein friedlicher, unbeschwerter Tag mit Bewegung in der Natur ein bedeutender Beitrag zur Traumabewältigung und psycho-sozialen Stabilisierung sein. Kinder aus Somalia, Äthiopien und Syrien erlebten das unlängst beim Schneesport-Tag, organisiert von der Schneesport Stiftung.

Von KURT MANUS

Ali sitzt mit seiner Schwester Alisha in einer Skihütte und bewundert den Schnee, der durch die vielen Sonnenstrahlen hell glitzert. Es scheint doch noch einen Ort zu geben, an dem Menschen fröhlich beisammen sitzen und ihr Leben genießen können. Das war bei den beiden ursprünglich aus Somalia stammenden Geschwistern leider nur selten der Fall. Denn seit über 24 Jahren herrscht in ihrer Heimat ein blutiger Bürgerkrieg. Zerstörte Häuser, die permanente Angst vor Angriffen und dem Verlust ihrer Familie gehörten leider zu ihrem Alltag.

Dass dies nicht die Normalität sein muss, erfuhren insgesamt 65 Kinder und Jugendliche beim Schneesport-Tag im Januar 2015 in Reit im Winkl, der vom Bayerischen Skiverband veranstaltet und von der Schneesport Stiftung organisiert wurde. Der Großteil der Teilnehmer waren Flüchtlinge aus Somalia, Äthiopien und Syrien sowie weitere sozial benachteiligte Kinder und Jugendliche, die von dem Verein „Dein München" mit hoher Fachkompetenz ausgewählt wurden. „Wir wollen den Kindern neue Perspektiven geben, indem wir ihnen die Faszination des Schneesports näherbringen", erklärt Thomas Schiffelmann, Initiator und Stifter der Schneesport Stiftung. Mit seinem Stifterkreis hatte er bereits vor Monaten mit den Vorbereitungen begonnen. Neben vielen privaten Förderern sind es gerade auch Unternehmen, die das Leuchtturmprojekt der Schneesport Stiftung erst möglich machen. Das Intersport-Geschäft „Berner Sport" war bereits im dritten Jahr dabei und unterstützte die Sozialaktion mit Skiern, Snowboards, Stöcken und Schuhen. Der Bekleidungsverleiher „The Schusser Club" stellte den Kids zudem Schneeanzüge zur Verfügung; denn bislang kannten sie solche gefütterten Hosen und Jacken aus ihren meist warmen Gefilden nicht. Geschweige denn Schneekristalle, die in ausreichender Menge und gewalzt in dem perfekt präparierten Kinderland der Skischule Reit im Winkl eine wunderbare Rutschpartie ermöglichten.

Der Gedanke der sozialen Teilhabe steht im Zentrum des Engagements der Schneesport Stiftung. „Gerade für Kinder aus Kriegs- und Krisengebieten ist es besonders wertvoll, neue und positive Eindrücke zu gewinnen", so Stephan Hild, Botschafter der Schneesport Stiftung für Umwelt- und Klimaschutz sowie interkulturelle Angelegenheiten. Er kennt durch sein ehrenamtliches Engagement im Münchner Flüchtlingsrat die Situation der Neuankömmlinge aus vielen persönlichen Gesprächen.

Gerade bei jungen Flüchtlingen kann ein unbeschwerter Tag mit Bewegung in der Natur einen extrem bedeutenden Beitrag zur Traumabewältigung und psychosozialen Stabilisierung leisten. Viele der Jugendlichen, die aufgrund existenzieller Bedrohungen in ihren Herkunftsländern Familien und soziale Bindungen zurückgelassen und sich unter Lebensgefahr nach Deutschland durchgeschlagen haben, mussten über Monate unbeschreibliche Entbehrungen erleiden und traumatisierende Erfahrungen machen. Entlang der Fluchtwege über die Sahara, den Irak oder die Türkei sowie dann über das Mittelmeer sind die Flüchtlinge der Willkür und Brutalität von Schleppern schutzlos ausgeliefert, erleben Gewalt und Krankheit, sehen den Tod.

Einmal in Europa angekommen, gelingt es einem Teil, bis nach Deutschland zu kommen, wo sie sich dann zunächst unter prekären Umständen in Erstaufnahmeunterkünften wiederfinden. Dort fehlt es an allem, insbesondere auch an Informationen über die weiteren Schritte. Erst nach und nach und oftmals nur durch das beherzte Engagement ehrenamtlicher Helfer kommen die unbegleiteten minderjährigen Flüchtlinge in ein geordnetes Asylverfahren und werden dann in Wohngruppen

und Gemeinschaftsunterkünften verteilt, erhalten Deutschunterricht und können in Übergangsklassen am Schulunterricht teilnehmen. Viele von ihnen benötigen jedoch therapeutische Unterstützung, da sie anhaltend unter den erlittenen Traumata sowie der aktuellen Unsicherheit, Beschäftigungs- und Perspektivlosigkeit leiden. Gerade vor diesem Hintergrund lässt sich der Beitrag des Schneesport-Tages der Schneesport Stiftung für die Flüchtlinge erahnen.

Wie viele von ihnen sind auch Ali und Alisha aus Somalia in kleinen Fischerbooten über den Libanon und das Mittelmeer unter lebensbedrohlichen Umständen nach Italien gebracht worden. Die Schlepper verließen sogar das vollkommen überfüllte Boot und überließen die an ihre letzte Chance glaubenden Flüchtlinge ihrem eigenen Schicksal. Mit viel Glück konnten sie von der italienischen Küstenwache gerettet werden. Obwohl die Flüchtlingspolitik auch in Deutschland aktueller denn je ist, beschränken sich auch hier die Maßnahmen meistens nur auf die Bereitstellung behelfsmäßiger Unterkünfte in Containern und alten Kasernen sowie einfachster Nahrungsmittel. Natürlich müssen die Grundbedürfnisse zuerst gedeckt werden, doch was gibt einem Menschen nach diesen extremen Erlebnissen und der kraftzehrenden Flucht wieder Lebensmut und Selbstvertrauen?

Nach den Erfahrungen der Schneesport Stiftung kann ein Tag im Schnee schon Wunder bewirken. Allein die Busfahrt in die Berge eröffnet meistens einen neuen Horizont. Und wenn dann noch viele engagierte Helfer sich liebevoll um die neuen Schneesportler kümmern, verleiht dies ein Gefühl von Geborgenheit, Zuneigung und Wertschätzung. So bemühten sich beim Schneesport-Tag vor allem die angehenden Ski- und Snowboardlehrer der Skigemeinschaft Forstenried-Gauting mit viel Einfühlungsvermögen. Sie gingen sehr persönlich auf jeden Teilnehmer ein und halfen ihnen immer wieder aufzustehen, auch wenn sie auf dem rutschigen Untergrund den Halt verloren.

Wie viele Schneesportler immer wieder selber erfahren, lässt man in den Bergen die Sorgen des Alltags schnell hinter sich. Und gerade diese Mystik verhalf auch Ali und Alisha sowie allen anderen Flüchtlingen zu einem strahlenden Lächeln, als sie am Ende des Tages ihre verdienten Urkunden entgegennahmen. Autobus Oberbayern fuhr die Gruppe mit zwei Sonderbussen wieder zurück nach München, wo sie den Schneesport-Tag hoffentlich noch lange in guter Erinnerung behalten werden. Bei Lust auf mehr werden sie auch gerne langfristig von der Schneesport Stiftung gefördert und in Vereine integriert – um mit viel Selbstvertrauen in ein neues Leben zu starten.

Den Überfluss umleiten

Sachspenden für gemeinnützige Organisationen

Für viele gemeinnützige Organisationen ist das Thema Sachspenden aus unterschiedlichen Gründen problematisch: So fehlen oftmals nicht nur die personellen Ressourcen für die aufwendige Suche, sondern auch die Logistik- und Lagermöglichkeiten. Dieser Problematik nimmt sich die Organisation „innatura“ an.

Von SVENJA KÖNIG

Seit über einem Jahr betreibt innatura eine Plattform, die deutschlandweit fabrikneue Waren aus den unterschiedlichsten Produktgruppen in bedarfsgerechten Mengen an gemeinnützige Organisationen vermittelt. So erhalten diese auch kleinteilig Zugang zu genau den Produkten, die sie für den täglichen Bedarf in ihrer Einrichtung oder zur Weitergabe an ihre Zielgruppen benötigen.

GELD SPAREN UND DIE UMWELT SCHONEN

Die Waren sind unversehrt sowie qualitativ hochwertig und kommen direkt von den Herstellern und Vertriebsunternehmen. Die Unternehmen spenden die Produkte, da sie sie aufgrund von Überproduktion, Sonderaktionen oder Ähnlichem nicht mehr im Einzelhandel verkaufen können und andernfalls vernichten müssten. Zur Deckung der Ausgaben für Handhabung, Lagerung und Vermittlung der Waren nimmt die innatura, die selbst eine gemeinnützige GmbH ist, eine geringe Vermittlungsgebühr, die in der Regel zwischen 5 und 25 Prozent des niedrigsten Marktpreises eines Produkts beträgt. So kostet beispielsweise eine Packung Waschpulver (16 Waschladungen) eines bekannten Markenherstellers 0,97 Euro statt gut 7 Euro im Einzelhandel. Auf diese Weise verleihen gemeinnützige Organisationen ihren Budgets eine größere Reichweite – kostenlos dazu gibt es das gute Gefühl, einwandfreie Ware vor der Vernichtung zu retten und damit der Umwelt etwas Gutes zu tun.

Bislang profitieren fast 200 gemeinnützige Organisationen von der innatura, die sich in einem internationalen Netzwerk (In Kind Direct International) befindet, dessen Präsident der britische Thronfolger Prinz Charles ist. Unter den Organisationen, die bereits bei innatura Produkte bestellen, befinden sich zum Beispiel Beratungsstellen, Wohn- und Betreuungseinrichtungen, kulturelle Einrichtungen und Organisationen, die humanitäre Hilfe im Ausland leisten. Diese haben über die innatura Zugang zu einer breiten Produktpalette vom Akkuschrauber über Spielzeug und Waschmittel bis hin zur Zahnpasta.

FUSSBÄLLE FÜR DIE JUGEND

Kurz vor Weihnachten machte die innatura rund 150 DFB-Vereinen mit Jugendarbeit sowie verschiedenen Jugend-Hilfsorganisationen eine Freude, indem sie eine Großspende von insgesamt 2 000 Jugendfußbällen zur Verteilung bereitstellte. Die Bälle, die in den WM-Dekors verschiedener Nationalmannschaften gehalten sind, hatten aufgrund ihrer Designs unmittelbar nach der Weltmeisterschaft ihre Attraktivität für den Einzelhandel verloren. Anstatt aber vernichtet zu werden, kommen die Bälle nun in der Kinder- und Jugendarbeit des DFB sowie beim kostenlosen Fußballtraining für Kinder aus bedürftigen Familien zum Einsatz. Rocco Bartsch, Jugendgeschäftsführer des rheinischen TuS Mechernich 1897, freut sich über die hochwertigen Bälle und über die Einsparung für seinen Verein: „Ich möchte mich recht herzlich bedanken. Wir können die Bälle sehr gut für unsere D-Jugendmannschaft gebrauchen und sind froh, dass wir diese 100 bis 120 Euro sparen konnten.“ ◘

***Svenja König** arbeitete nach ihrem Magisterstudium als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Deutsche Sprache in Mannheim sowie als Dozentin an den Universitäten in Mannheim und Wuppertal. Nach einem Aufbaustudium machte sie sich als Lehrerin für Deutsch als Fremdsprache selbstständig und arbeitete zudem ehrenamtlich an einer Kölner Grundschule. Svenja König ist Redakteurin bei der innatura gGmbH.*

► *www.innatura.org*

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

Erfahren Innovativ Herzlich

Die Mitglieder des Qualitätszirkels Telefon-Fundraising sind hauptsächlich im gemeinnützigen Sektor tätig. Als Initiative für professionelles Telefon-Fundraising stehen wir für:

- **Qualitätsstandards und klare ethische Regeln für das Telefon-Fundraising**
- **Die Etablierung vonTelefon-Fundraising als starkes und wirkungsvolles Instrument**
- **Transparenz für Spender/innen und Organisationen**
- **Klarheit über die rechtliche Situation**
- **Eine realistische Kosten/Nutzen-Bilanz**

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

Köpfe & Karrieren

Fundraiser für die Junge Deutsche Philharmonie

Seit September 2014 verantwortet **Steffen Meder** den Bereich Fundraising der Jungen Deutschen Philharmonie. Zuletzt war er Pressesprecher am Staatstheater Darmstadt, hat aber schon lange Zeit für eigene Kulturprojekte Fundraising betrieben. „In der deutschen Kulturlandschaft gehört dem Fundraising die Zukunft, wenn sie so reichhaltig bleiben soll, wie sie derzeit ist. Begeisterung für Musik zu wecken ist meine Leidenschaft, und die Junge Deutsche Philharmonie ist eine einzigartige Organisation, die Musik und gesellschaftliche Verantwortung in einmaliger Weise bündelt."

Bundesverdienstkreuz für Fundraiser

Sven Schumacher, Chief Executive Officer der Foundation For Lutheran Child and Family Services, Indiana, Inc. und deutscher Honorarkonsul in Indiana, USA, wird mit dem Bundesverdienstkreuz am Bande geehrt. Der geborene Nordhorner studierte und arbeitet seit fast 30 Jahren in Amerika und war schon oft in Deutschland als Referent bei Fundraising-Tagungen zu Gast. Deutsch-amerikanischer Erfahrungsaustausch zum Thema Fundraising, Philanthropy und soziale Arbeit sind ihm dabei besonders wichtig.

Personalsuche leichtgemacht

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

Personalanzeigen haben im Fundraiser-Magazin ermäßigte Preise: Diese Anzeige (1/4 Seite, 88 mm breit x 125 mm hoch) kostet nur 269,50 €*

Außerdem stehen alle Anzeigen der Printausgabe ohne weitere Kosten zusätzlich in unserem Online-Stellenmarkt unter *www.fundraising-jobs.de*.

Zu weiteren Formaten und Preisen sprechen Sie bitte mit Matthias Daberstiel, Telefon: 03 51/8 76 27-80, E-Mail: daberstiel@fundraiser-magazin.de

* zuzüglich Mehrwertsteuer, gilt ausschließlich für Personalanzeigen!

Getunik baut Geschäftsleitung aus

Seit Januar ist **Kristin Hartmann** als COO und Mitglied der Geschäftsleitung bei der Schweizer Getunik AG tätig. Sie verantwortet dort die Bereiche Organisations-, Personal- und Prozessentwicklung sowie Kommunikation. Sie war die letzten zwölf Jahre für den Internetvergleichsdienst comparis.ch tätig. Zuvor sammelte sie Erfahrungen als Marketing Manager und PR-Consultant.

Fundraiserin unterstützt KAB Trier

Die neue Fundraiserin bei der Katholischen Arbeitnehmer-Bewegung (KAB) Trier e. V. ist **Annette Voigt**. Seit Januar 2015 ist sie hauptamtlich bei der KAB beschäftigt. Sie betreibt Fundraising also im Dienst für Gerechtigkeit und Menschenwürde. „Dabei strebe ich an, alle Mitwirkenden mit ins Boot zu nehmen", beschreibt Voigt ihre Arbeit. Der Sozialverband informiert und unterstützt Arbeitnehmer in Rechtsfragen, bietet Bildungsveranstaltungen an und führt öffentlichkeitswirksame Kampagnen durch.

Neu bei der Hertie School of Governance

Sascha Stolzenburg wechselte zur Hertie School of Governance in Berlin. Hier ist er Head of Development, Career Services and Alumni Affairs. Er verantwortet mit seinem vierköpfigen Team die Bereiche Fundraising, Karriere- und Alumniarbeit der privaten Hochschule, die in unterschiedlichen Masterprogrammen junge Menschen auf Führungsaufgaben an den Schnittstellen zwischen öffentlichem Sektor, Wirtschaft und Zivilgesellschaft vorbereitet.

Agentur Ahrens am Start

Die Soziologin Dr. **Elke Ahrens** will zukünftig „Projekte entwickeln, finanzieren und Willkommenskultur praktizieren". Die heute 50-jährige Inhaberin war im In- und Ausland und im Themenfeld Migration tätig, u.a. bei Brot für die Welt. Heute ist ihr Wirkungskreis der Südwesten, in dem sie Unternehmen und gemeinnützige Organisationen zu sozialer Verantwortung zusammenbringt.

Ökonomin beim Deutschen Spendenhilfsdienst

Zum 1. Februar 2015 hat **Katja Sichtermann** den Bereich Key-Account und Vertrieb beim Deutschen Spendenhilfsdienst übernommen. Als Absolventin der Fundraising-Akademie, CSR-Managerin und mit 16 Jahren Fundraisingerfahrung in NPOs, zuletzt beim Mukoviszidose e. V., wird die studierte Ökonomin das Team des Deutschen Spendenhilfsdienstes in Köln verstärken.

Neuer DRK-Generalsekretär

Zum 1. April 2015 wird **Christian Reuter** neuer Generalsekretär des Deutschen Roten Kreuzes. Der 46-Jährige war bisher Bundesgeschäftsführer des Arbeiter-Samariter-Bundes und tritt beim DRK die Nachfolge von Clemens Graf von Waldburg-Zeil an. Dieser war Ende 2014 nach zwölf Jahren aus dem Verband ausgeschieden. Der Generalsekretär ist gleichzeitig Vorstandsvorsitzender des DRK e.V. Christian Reuter hatte den Arbeiter-Samariter-Bund Deutschland seit Januar 2011 als Bundesgeschäftsführer geleitet.

Wechsel im Aufsichtsrat der artegic AG

Der bisherige stellvertretende Vorsitzende **Christoph N. von Dellingshausen** übernimmt künftig den Aufsichtsratsvorsitz der artegic AG. Von Dellingshausen ist Mitglied des Präsidiums des Bundesverbands digitale Wirtschaft und seit Gründung der artegic AG im Aufsichtsrat des Unternehmens. Er ist zudem Dozent der Deutschen Dialogmarketing Akademie.

Deutscher Stifterpreis 2015

Seit 2006 hilft die Jenny De la Torre Stiftung in ihrem Berliner Gesundheitszentrum wohnungslosen Menschen mit medizinischer Versorgung, psychosozialer und rechtlicher Beratung, Kleidung oder Essen. Für ihren vorbildlichen Einsatz ehrt der Bundesverband Deutscher Stiftungen in diesem Jahr die Ärztin und Gründerin der Stiftung, Dr. **Jenny De la Torre Castro**, mit dem Deutschen Stifterpreis 2015. Der Preis wird am 8. Mai während des Deutschen StiftungsTages in Karlsruhe überreicht.

Auf eigenen Füßen stehen

Nach rund acht Jahren hat **Anna Schnau** als Referentin für Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising den Landesverband der Lebenshilfe Nordrhein-Westfalen verlassen, um sich mit der Agentur sozial-schmiede selbstständig zu machen. Aufgrund der langjährigen Erfahrung liegt weiterhin ein besonderer Schwerpunkt auf der Arbeit für gemeinnützige Organisationen aus dem Sektor der Behindertenhilfe.

Neue Leitung Corporate Partnership bei Save the Children

Michael Okrob verantwortet seit Januar 2015 den Bereich Corporate Partnerships & Foundations bei Save the Children Deutschland. Er berichtet an Kathrin Wieland, hauptamtlicher Vorstand und Geschäftsführerin, und Thomas Heilmann, ehrenamtlicher Vorstandsvorsitzender. Save the Children setzt sich in mehr als 120 Ländern für die Rechte und den Schutz von Kindern ein.

Vorsitz der Deutschen Aids-Stiftung

Elisabeth Pott hat im Januar den Vorstandsvorsitz der Deutschen Aids-Stiftung angenommen. Die bisherige Direktorin der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) ist durch den Stiftungsrat bereits im Juli 2014 berufen worden. Der Vorstand der Deutschen Aids-Stiftung hat sich damit auf drei Mitglieder vergrößert. Potts Vorgänger Christopher Uleer ist weiterhin ehrenamtliches Vorstandsmitglied. Als drittes Mitglied bleibt Ulrich Heide Geschäftsführender Vorstand.

Trauer um Stiftungsratsvorsitzenden

Mit Trauer und Bestürzung hat die Stiftung Frauenkirche Dresden die Nachricht vom Tod ihres langjährigen Stiftungsratsvorsitzenden Dr. h.c. **Bernhard Walter** aufgenommen, der sein Amt seit 1994 innehatte. Er war am 11. Januar im Alter von 72 Jahren gestorben. Der Wiederaufbau der Frauenkirche als Gotteshaus war ihm ein Herzensanliegen. Die von ihm initiierte Stifterbriefaktion trug maßgeblich zur Finanzierung des Wiederaufbaus bei, über die mit 70 Millionen Euro zwei Drittel der Gesamtspendensumme eingeworben werden konnte.

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

Kaiserswerther Diakonie

Von hier aus helfen.

FUNDRAISING

Die Kaiserswerther Diakonie, 1836 von Theodor und Friederike Fliedner gegründet, zählt mit mehr als 2.300 Mitarbeitenden zu den großen diakonischen Einrichtungen in Deutschland. Das Florence-Nightingale-Krankenhaus mit mehr als 600 Betten in zehn Fachkliniken, Altenhilfeeinrichtungen und soziale Dienste gehören ebenso dazu wie verschiedene berufsbildende Schulen, ein umfangreiches Weiterbildungsangebot, die Fliedner Fachhochschule, eine Buchhandlung, die Fliedner-Kulturstiftung mit Archiv, Fachbibliothek und Pflegemuseum, ein Hotel mit Tagungszentrum sowie die Kaiserswerther Schwesternschaft mit rund 100 Mitgliedern. Das Fundraising wird durch das Engagement einer eigenen Förderstiftung unterstützt.

Im Rahmen einer Nachbesetzung suchen wir zum nächstmöglichen Zeitpunkt einen

Leiter Fundraising (m/w)

Ihre Aufgaben:
- ✓ Leitung der Abteilung Fundraising inklusive Führung eines kleinen Teams
- ✓ Fortführung und Weiterentwicklung der Fundraising-Konzeption
- ✓ Planung, Durchführung, Controlling und Evaluation aller Fundraising-Aktivitäten
- ✓ Entwicklung von Spendenprojekten in Kooperation mit den Fachbereichen der Kaiserswerther Diakonie
- ✓ Beratung und Unterstützung der Fachbereiche bei der Akquise von Spendenmitteln
- ✓ Betreuung und Ausbau von Kontakten zu Spendern, Sponsoren und Förderern der Kaiserswerther Diakonie
- ✓ Koordination und Steuerung externer Dienstleister
- ✓ Geschäftsführung der Förderstiftung der Kaiserswerther Diakonie

Ihr Profil:
- ✓ Abgeschlossenes Hochschul- bzw. Fachhochschulstudium, vorzugsweise mit dem Schwerpunkt Marketing/Kommunikation
- ✓ Mehrjährige Berufserfahrung im Fundraising sowie vertraut mit dem Spenden- und Stiftungsrecht
- ✓ Versiert im Umgang mit MS Office
- ✓ Hervorragendes Ausdrucksvermögen in Wort und Schrift
- ✓ Einfühlungsvermögen und verbindliches Auftreten gegenüber Spendern sowie internen und externen Partnern

Wir bieten Ihnen eine verantwortungsvolle und abwechslungsreiche Aufgabe im sozialen und medizinischen Umfeld. Die Vergütung erfolgt nach dem BAT/kirchliche Fassung (tarifliche Zuwendungen wie Jahressonderzahlung und zusätzliche Altersversorgung).

Für Rückfragen steht Ihnen gerne Frau Jäger (Leiterin der Personalabteilung) unter der Telefonnummer 0211/409-3736 zur Verfügung.

Interessierte Damen und Herren, die Mitglied in einer christlichen Kirche sind, senden ihre Bewerbung unter Angabe ihres frühestmöglichen Eintrittstermins und ihrer Gehaltsvorstellung bitte an die

Kaiserswerther Diakonie
Personalabteilung · Alte Landstraße 179 · 40489 Düsseldorf
E-Mail: personalabteilung@kaiserswerther-diakonie.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

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

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

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

GRÜN spendino
Ihr Partner für Online-Fundraising,
Social Media- und SMS-Fundraising.
Mehr Spenden! Weniger Arbeit.
Spendenlösungen:
- *Spendenbutton, Spendenformular, Spendenwidget, Hilfeleiste, Facebook App*
- *SMS-Spenden*
- *Spendenverwaltung, Statistiken, Spendenbelege, Datenaustausch*
- *Dauerspenden, Bezahlverfahren, Sicherheit*
- *E-Mailing-Tool*

Mehr Spenden! Weniger Arbeit:
Online-Fundraising mit spendino beinhaltet: Spender gewinnen, Daten einfach verwalten und somit mehr Zeit für die gemeinnützige Arbeit. Für jeden Euro spendino-Kosten erhalten Organisationen im Schnitt 11,50 Euro Spenden.
Zuverlässig:
10 Spenden in der Sekunde, 300 000 Euro an einem Tag, 14 Millionen Seitenaufrufe pro Stunde. spendino ist einfach verlässlich.
Kostenlose Beratung: 0800/0044533

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

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

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

PLZ-Bereich 2

Bauer Vertriebs KG
BAUER POSTAL NETWORK
Portooptimierte Zustellung von adressierter Info- und Pressepost in Deutschland mit BPN. Namhafte Kunden aus Medien, Corporate Publishing und Versender von Mailings und Katalogen vertrauen ihre Objekte BPN an.
- *bis 80 % HHA bundesweit*
- *eigenes Netzwerk*
- *Taggenaue Zustellung (Mi/Fr)*
- *persönliche Beratung von A–Z*
- *Formatfreiheit für Infopost*

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

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

Tesdorpfstraße 22 · 20148 Hamburg
Telefon: +49 (0)40 413453210
Telefax: +49 (0)40 413453216
ppb@pp-business.de
www.pp-business.de

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

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

SPENDEN-MÜNZEN • PINS • BUTTONS

AUFMERKSAMKEIT
ANERKENNUNG • IDENTIFIKATION
charity@pinsource.eu

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

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

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

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

direct.
Gesellschaft für Direktmarketing mbH
Die Direktmarketing-Agentur mit eigenem Lettershop. Speziell für NPO: Mailings zur Spenderbindung, Upgrading, Reaktivierung inaktiver Spender, Neuspendermailings, Versand von Zuwendungsbestätigungen, Förderzeitung
- *Konzept und Idee*
- *Adressen*
- *EDV-Service*
- *Druck*
- *Personalisierung*
- *Bildpersonalisierung*
- *Handschriften*
- *Lettershop*
- *Fulfillment*

Sie finden uns in Hamburg, Berlin und Eresing bei München.

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

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

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

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

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

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

Lotharstraße 298 · 47057 Duisburg
Karl Heinrich Hoogeveen
Telefon: +49 (0)151 18422199
info@eliteone.de
www.eliteone.de

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

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

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

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

van Acken Fundraising GmbH
Dienstleistung im Fundraising seit 1975

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

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

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

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

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

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

ifunds germany GmbH
Wir von ifunds sind Spezialisten für Daten im Fundraising. Wir vertreiben Fundraisingsoftware, Datenservices und Beratungsleistungen zur Qualitätskontrolle, effektiven Prozesssteuerung, konsistenten Kategorisierung, systematischen Aufbereitung und aussagekräftigen Darstellung von Daten im Fundraising. Unsere Produkte sind raise-it und analyse-it.

Schanzenstraße 35 · 51063 Köln
Telefon: +49 (0)221 6699520
Telefax: +49 (0)221 66995299
info@ifunds-germany.de
www.ifunds-germany.de

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

Bergmoser + Höller Agentur GmbH
Fundraising-Agentur der ersten Stunde

Fundraising-Agentur mit Sitz in Aachen und Büro in München. Mit 12 Köpfen machen wir systematisches und nachhaltiges Fundraising: seit 35 Jahren, in ganz Deutschland, mit allen Instrumenten, auch online für
- *Kirche, Caritas und Diakonie*
- *NGOs und Hilfsorganisationen*
- *Stiftungen und Verbände*
- *Gesundheit und Soziales*

und gerne auch für Sie! :-)

Karl-Friedrich-Straße 74 · 52072 Aachen
Telefon: +49 (0)241 98 09 98-0
Telefax: +49 (0)241 98 09 98-99
info@buh-agentur.de
www.buh-agentur.de

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

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

Standard-Eintrag
149 €

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

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

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

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

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

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

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

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

Standard-Eintrag
149 €

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

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
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

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

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

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 9347979
Telefax: +41 (0)58 9357979
info-weiterbildung.sml@zhaw.ch
www.zkm.zhaw.ch/fundraising

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

Wir freuen uns auf Sie!

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

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

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

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

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

Kölner Verbände Seminare

www.verbaendeseminare.de

Steuerliche und gesetzliche Veränderungen
Risiken und Probleme rechtzeitig erkennen
Gestaltungsspielräume nutzen

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

Steuerprobleme und -risiken der Gemeinnützigen
Dienstag, 12. Mai 2015 in Bonn

Besteuerung der Wirtschafts- und Berufsverbände
Montag, 22. Juni 2015 in Berlin

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

Kooperationspartner
DGVM
Verbände Report

Tanz ab, Freundchen! Wer Hipp sein will, muss meiden. Das hat sich der Hiltl-Club gedacht und mit obigem Motiv die Züricher Clubbing-Szene ins Visier genommen. Kreiert wurde die neue Kampagne von der – ebenfalls in Zürich ansässigen – Werbeagentur Ruf Lanz in Zusammenarbeit mit dem Schweizer Tierschutz STS. Die Message: „Pelz tragen und Clubbing passen nicht zusammen. Wer mit echtem Pelz antanzt, muss draussen bleiben." Nach eigenen Angaben ist das Haus Hiltl nicht nur das älteste vegetarische Restaurant der Welt, sondern auch der erste „Pelzfrei-Club" der Schweiz.
▶ *www.tierschutz.com* ▶ *www.hiltl.ch*

Technologie: 53 Millionen Euro fürs Ehrenamt

Ehrenamtliches Engagement kann durch die Digitalisierung immer effizienter gestaltet werden. Microsoft Deutschland hat sich dieses Ziel zu eigen gemacht und im vergangenen Jahr rund 8 000 gemeinnützige Organisationen mit Software im Wert von rund 53 Millionen Euro unterstützt. Damit nicht genug. Gemeinsam mit dem Portal Stifter-helfen hat Microsoft nun auch die „Microsoft Helpline" geschaffen, um gemeinnützigen Organisationen künftig kostenfreien IT-Support anzubieten. Hier bieten rund 30 Mitarbeiter von Microsoft freiwillig ihre Expertise an, um Organisationen beim Einsatz von Produkten des IT-Riesen zu helfen. Wer auf den Service zugreifen will, muss mit seiner Organisation bei Stifter-helfen.de registriert sein. Das Portal wurde 2008 gegründet und von der Haus des Stiftens gGmbH sowie der US-Organisation TechSoup Global betrieben.
▶ *www.stifter-helfen.de*

Kinder haben Rechte

Kennen Kinder wirklich ihre Rechte? Der Deutsche Kinderschutzbund Bundesverband e. V. will dazu beitragen und hat deswegen im Januar zwei Kinderrechts-Webseiten an den Start geschickt. Die beiden Seiten machen Kinder und Jugendliche auf ihre Rechte aufmerksam und motivieren sie zur Auseinandersetzung mit der UN-Kinderrechtskonvention. Konzipiert wurden die beiden Seiten in Zusammenarbeit mit „mmc – Agentur für interaktive Medien GmbH" und mit der Universität Erfurt.
▶ *www.kinder-haben-rechte.org*
▶ *www.jugend-hat-rechte.org*

Mein Augenlicht für Blinde

„Be My Eyes" ist eine App für Blinde. Helfer können sich die App installieren und mit ihr auf die Smartphone-Kamera von Hilfesuchenden zugreifen, sobald sie eine Anfrage erhalten. Per Video-Telefonie lesen sie dann beispielsweise das Ablaufdatum von Lebensmitteln ab oder helfen den Suchenden bei anderen „Kleinigkeiten" im Alltag. Blinde bauen also per Knopfdruck den Kontakt auf und erhalten dann eine kurze Beschreibung von dem, was sie ihren Helfern vor die Linse halten. Fast 150 000 Helfer und 15 000 Blinde waren bis Redaktionsschluss angemeldet. Eine Android-Version ist ebenfalls in Planung. ▶ *www.bemyeyes.org*

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

Schweizer Stiftungen auch für Deutschland und Österreich

Seit Juni 2014 sind alle 13 000 Stiftungen aus der Schweiz auf der Schweizer Stiftungsplattform StiftungSchweiz.ch zu finden. Seit März 2015 steht die Plattform auch mit ihrer vollen Funktionalität für Nutzer aus Deutschland und Österreich zur Verfügung. Somit können auch Interessenten aus Deutschland und Österreich in vollem Umfang die Suchangebote von StiftungSchweiz nutzen und die vollen Leistungspakete bei StiftungSchweiz.ch beziehen. Dazu gehören unlimitierte Suchabfragen und Profilansichten, die Stiftungs-Suche mit ganzen Projektanträgen oder der Export von Stiftungsdaten aus der Online-Datenbank. Darüber hinaus können die User aus Deutschland und Österreich fortan zusätzliche Guthaben für ihre Stiftungssuche in der Schweiz online kaufen, ohne dass ein kostenpflichtiges Abonnement für ein ganzes Jahr abgeschlossen werden muss. Die Nutzung der Grundfunktionen der Plattform steht weiterhin kostenlos zur Verfügung. Zudem wird die Plattform – unter anderem auf dem Feedback der Nutzer basierend – weiterentwickelt und verbessert. Der Newsletter informiert regelmäßig über die aktuellen Neuerungen und Entwicklungen.

► *www.stiftungschweiz.ch*

Auf, auf und davon! Die Busfahrpläne werden immer rarer bestückt, die Bevölkerung wird älter und die Tante-Emma-Läden sind längst gestorben. Was jetzt? „Hilf mit, den Wandel zu gestalten!" ist das Motto der Caritas Kampagne 2015 in Deutschland. Der Titel der Kampagne: „Stadt-Land-Zukunft". Das Ziel des katholischen Verbandes ist es dem Schreckgespenst des demografischen Wandels den Wind aus den Segeln zu nehmen und Hand anzulegen. Innovative Projektbeispiele werden auf der Kampagnenseite gesammelt und bieten Orientierung.

► *www.stadt-land-zukunft.de*

Mit Kreativität zum Unternehmen

Die kreativen Branchen können Vorreiter für viele Wirtschaftsbranchen sein. Damit sie ihre Ideen in unternehmerische Ansätze verwandeln können, wurde 2009 das Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes gegründet. Im gesamten deutschen Raum bietet das Zentrum kostenlose Beratungen an. „Wir werden das Jahr 2015 nutzen und mit der sehr dynamischen Kreativszene neue Angebote entwickeln. Die Kultur- und Kreativunternehmer sind Innovations-Vorreiter für alle Wirtschaftsbranchen – wir wollen, dass das sichtbar wird. Deshalb werden wir das Gewicht und die Gesichter der verschiedenen Teilbranchen zeigen", sagt Brigitte Zypries, Parlamentarische Staatssekretärin beim Bundesminister für Wirtschaft und Energie. Seit Anfang diesen Jahres ist das „u-institut für unternehmerisches Denken und Handeln e. V." der neue Projektträger des Zentrums.

► *www.kompetenzzentrum.u-institut.de*

► *www.kultur-kreativ-wirtschaft.de*

Bis zur Unendlichkeit und noch viel weiter! Eine Werbetafel, die neben dem Mond über den Sternenhimmel schwebt. So, oder so ähnlich sind die Pläne des Startups Space Billboard. Ab Januar 2016 will das junge Unternehmen die Werbung aus dem Weltraum Wirklichkeit werden lassen. Zwar ist die erste Werbetafel, die in der Erdumlaufbahn 15 mal pro Tag den blauen Planeten umkreisen soll, nicht mit bloßem Auge zu sehen, doch sollen ihre Botschaften aus dem Orbit auf der Webseite von Space Billboard zu sehen sein. Mit den Einnahmen der Werbetafel in Milchtütengröße wollen Forscher der Katholischen Universität Löwen in Belgien unter anderem ihre Arbeit an eben diesem Typ von Satelliten, den Cube Sats, finanzieren. ▶ *www.spacebillboard.com*

Die Sonnenseite der Investments

Wer nach sozialen Investments sucht, hat derzeit gute Chancen. Venture Philanthropy und Social Investments erfreuen sich in Europa nämlich wachsender Beliebtheit. Das zeigt eine Studie der European Venture Philanthropy Association (EVPA). Das durchschnittliche Investment in soziale Organisationen ist laut den 95 Teilnehmern der Studie um 28 Prozent gestiegen, von 6,3 Millionen Euro im Jahr 2012 auf 8 Millionen Euro im Jahr 2013. Auch die Wirkung von Projekten liegt Investoren am Herzen. Ganze 96 Prozent messen also mittlerweile die Wirkung ihrer Investments. Die meisten Investitionen erzielten gemeinnützige Organisationen (35 %) und soziale Unternehmen (32 %).

▶ *www.evpa.eu.com*

Inklusion mit Glück und Verstand

Die Aktion Mensch setzt sich mit sozialen Projekten in Deutschland für die Inklusion von Menschen mit Behinderung ein. 213 Förderprojekte und 75 Angebote für Freiwillige führt die Aktion Mensch derzeit durch. Um ihre Arbeit zu finanzieren hat die Organisation am 1. März ein neues Los in ihre Soziallotterie aufgenommen: „Mein Glücks-Los“. Neu an dem Produkt ist die Kategorie Kombigewinn, in der sich die glücklichen Gewinner der Lotterie sowohl für einen Sofortgewinn als auch für eine langfristige Auszahlung entscheiden können.

▶ *www.meinglueckslos.de*

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

Citizen Science in der Schweiz

Die Universität Bern ist auf den Bürger gekommen. Das Geografische Institut der Universität hat die Kreativ- und Werbeagentur eyeloveyou aus Basel mit der Konzeption einer Webplattform beauftragt. Auf dieser können Naturfreude ihre Beobachtungen von Wetter, Flora und Fauna erfassen und der Wissenschaft zugänglich machen. Durch Funktionen wie die Übernahme der GPS-Daten aus den Metadaten der Fotos, soll die Nutzung der Plattform und die Auswertung der Daten erleichtert werden. Grundlage der Plattform ist das OpenSource-System LifeRay.

▶ *www.opennature.ch*

Bildungsplattform für NGOs in Mache

Die Macher der Spendenplattform Betterplace.org arbeiten an einer Bildungsplattform für gemeinnützige Organisationen. Die Bildungsangebot von Betterplace, die unter anderem vom betterplace lab aufgearbeitet und verbreitet werden, sollen mit der neuen Plattform schrittweise ausgebaut werden. Damit das klappt macht betterplace nun gemeinsame Sache mit den Beratern von Capgemini Consulting. Im Rahmen der Partnerschaft soll ein detailliertes Konzept ausgearbeitet und Finanzierung für die „betterplace.org-Academy“ gefunden werden.

▶ *www.betterplace.org*

Recherche: im Namen der Crowd!

Journalistische Relevanz basiert auf dem öffentlichen Interesse. Warum also nicht einmal den Spieß umdrehen und die Öffentlichkeit zur Kasse bitten? Das haben sich auch die Reporter aus dem Recherchebüro CORRECT!V gedacht und eine eigene Crowdfunding-Plattform geschaffen. Die Macher der Plattform prüfen die Machbarkeit jedes eingereichten Projekts, sie begleiten die Reporter bei der Recherche und garantieren die Fertigstellung aller finanzierten Projekte.

▶ *https://crowdfunding.correctiv.org*

Alles grün im Hause GRÜN

Zum 31. Dezember 2014 ist die GRÜN MFplus GmbH in die GRÜN Software AG übergegangen. Alle Mitarbeiter, Geschäftsbeziehungen, Verträge, Rechte und Pflichten sind zeitgleich an den ehemaligen 100 prozentigen Kommanditisten übergegangen. Als autorisierter SAP Partner bietet Grün MFplus auch in Zukunft SAP Branchensoftware für gemeinnützige Organisationen, CSR Abteilungen in Unternehmen und für Universitäten an. Als Application Development Partner bietet Grün MFplus neben einer Auswahl an Standardprozessen auch flexible Anpassungen des Systems an.

▶ *www.gruen.net*

Spezialisten für Großspender-Fundraising

Das neue Unternehmen eliteONE ist spezialisiert auf Großspender-Fundraising in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Seine Kerndienstleistung besteht aus Großspender-Potenzialanalysen. Die Ursprünge der internationalen Adress-Database reichen bis in die Achtzigerjahre zurück. eliteONE berät Sozialorganisationen und Stiftungen gezielt zum Zukunftsthema Großspender und bietet zudem das komplette Projektmanagement dazu: Analyse und Identifikation ebenso wie die Kreation von Mailings und Spendermedien.

▶ *www.eliteone.de*

Drei Fragen an: Mirjam Maier

Wikando betreibt schon seit Jahren das Aktionsspendenportal Helpedia. Jetzt wurde donare.de durch Wikando übernommen. Wir stellen drei Fragen an Wikando-Geschäftsführerin Mirjam Maier.

? Mit ihrer Übernahme von donare.de gibt es nur noch die Aktionsspendenportale betterplace, betternow und Helpedia. Ist damit die Marktbereinigung in dem Bereich abgeschlossen?

Helpedia hat ein ganz klares Profil: die persönlichen Spendenaktionen. Es ist immer der Spendensammler selbst, der seine Aktion via Mail, Blog, Twitter, Facebook und andere Kanäle in seinen privaten und geschäftlichen Netzwerken verbreitet und diese Netzwerke zur Unterstützung seiner Aktion durch Spenden motiviert.

Auch andere Portale haben ihre Berechtigung. Wenn das Modell auf nachhaltigen Beinen steht und die Weiterentwicklung garantiert wird, tragen verschiedene Player dazu bei, dieses Thema immer präsenter werden zu lassen.

? Warum gab donare.de auf?

Nina und Frederik Fleck haben donare.de 2009 mit der Vision gegründet, Hilfsorganisationen auf neuen Wegen zu unterstützen. Dafür haben sie das Thema Crowdfunding als ideale Möglichkeit gesehen. Nun fehlt den beiden die Zeit, das ehrenamtliche Projekt weiter zu betreuen und voranzutreiben. Mit dem Team von Wikando hat donare.de Gleichgesinnte gefunden und beschlossen, das Portal an den etablierten Player weiterzugeben.

? Sehen Sie durch die Übernahme von donare.de Synergien für Ihre Software FundraisingBox?

Zum einen versprechen wir uns von der Übernahme eine stärkere Positionierung von Helpedia.de und Fundraisingbox.com am Markt. Zum anderen rechnen wir damit, dass die donare.de-Organisationen den Mehrwert durch die FundraisingBox erkennen und als langfristige Kunden gewonnen werden können.

frc Spenden MANUFAKTUR
Fundraising Communicators

Holger Menze
Geschäftsführer
Spenden Manufaktur
Vorsitzender QTFR

QUALITÄTSZIRKEL TELEFON-FUNDRAISING

Wir führen Gespräche, die Menschen verbinden. Gutes Telefon-Fundraising kombiniert Storytelling und Beziehungspflege mit der Überzeugungskraft der persönlichen Ansprache. Unsere hohen Qualitätsstandards und umfassende Beratung garantieren Ihnen erfolgreiche und sehr persönliche Spendenkampagnen, bei denen Ihre Unterstützerinnen und Unterstützer im Mittelpunkt stehen. **Profitieren Sie von unserer langjährigen europaweiten Erfahrung und reden Sie mit uns. Wir reden mit Ihren Spendern.**

FRC Spenden Manufaktur GmbH
Alt-Moabit 89, 10559 Berlin
+49 30 23 32 91 17
h.menze@spenden-manufaktur.de
www.spenden-manufaktur.de

Leser-Post & Leser-Postings

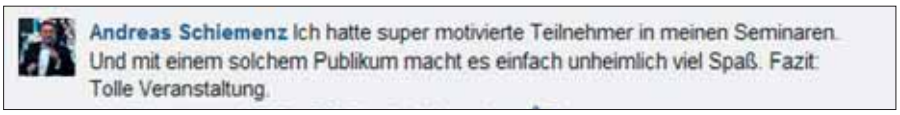
Gelungene Tagung

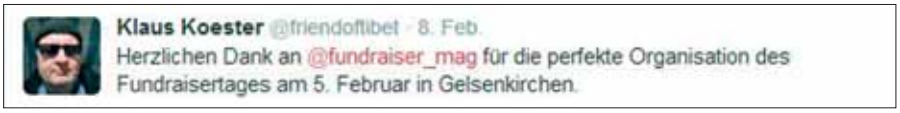
Zum Fundraising-Tag NRW, den das Fundraiser-Magazin ausrichtet

Ein Gewinn auf ganzer Linie

Zur Verlosung eines Inhouse-Workshops

Unser Goldesel und das Team des Kölner Selbsthilfe e.V. hatten am Design Thinking Workshop mit Nina Neef (links) nicht nur viel Spaß, sondern konnten auch einige neue und wichtige Anregungen ausarbeiten. Anni Berens, eine der beiden Leiterinnen des Kinder- und Jugendspielhofs in Longerich, hatte Anfang Dezember bei einem Gewinnspiel des Fundraiser-Magazins und von spendino diesen Kreativworkshop gewonnen. Wir sagen Danke für diesen tollen Gewinn.





Gute Arbeit!

Zum Fundraiser-Magazin allgemein

Ich bin eine eifrige Leserin und Abonnentin und immer wieder sehr glücklich über das vielseitige und interessante Informationsangebot. Ihr macht gute Arbeit und ich würde dafür auch mehr bezahlen – das nur mal so nebenbei. Und wenn ich das als Ehrenamtliche schon sage, dann ...?

Monika Stöhr von der Kinderuni Darmstadt

Selber lesen oder verschenken

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

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

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

2/2015

NON-PROFIT FÜR EINSTEIGER RATGEBER

Der Weg zum Papierkorb ist denkbar kurz

Spenden-Mailings und Förderer-Motivationen

Leihen Sie Ihren Spendern mal wieder ein offenes Ohr! Wer sich in Zahlen, Budgets und technischen Abläufen verliert und in sozial engagierten Menschen nur noch Adressen und Datensätze sieht, hat eigentlich schon verloren. Erfahren Sie hier, warum sich persönliche Treffen mit Förderern unbedingt lohnen – und was Spender an Ihren Infobriefen besonders mögen.

Von ALEXANDER THUROW

Es ist nie zu spät, Menschen zu Wort kommen zu lassen, die man regelmäßig auf unterschiedlichste Art und Weise kontaktiert: Menschen, die sich bewusst dafür entschieden haben, freiwillig soziale Verantwortung zu übernehmen und sich mit Spenden für die gute Sache einzusetzen. In einer Reihe persönlicher Gespräche wollten wir herausfinden, ob Spender auf unsere Kontaktaufnahmen tatsächlich noch genauso reagieren, wie wir es von ihnen erwarten. Ein spannendes Unterfangen. Noch bevor der erste Kaffee eingeschenkt ist, bestätigen uns neun von zehn Gesprächspartner der Generation 60plus, dass sie Spenderinformationen am liebsten mit der Post bekommen. Das Thema Online-Fundraising ist hier noch ganz weit weg. Der Testaufbau: Jeweils zwei gespannte Fundraiser, drei fröhliche Probanden zwischen 60 und 86, fünf Kaffeegedecke – und drei verschiedene Spenden-Mailings auf dem Tisch (Foto). Wie genau werden Textbotschaften gelesen? Welches Mailing weckt das Interesse der Studien-Teilnehmer wohl am meisten?

Alles beginnt mit einem kurzen Blick auf das Kuvert – und die Versandhülle wird geöffnet. Mooooment! Hat denn niemand den ausgeklügelten Text auf der Rückseitenlasche bemerkt, an dem ein Textprofi mit viel Leidenschaft und Akribie lange gefeilt hat? Fehlanzeige. Was hier zählt, ist ausschließlich die knappe Kernbotschaft (vor allem Bildaussagen). Acht von zehn Spendern lasen weitere Textbausteine gar nicht und widmeten der Hülle weniger als fünf Sekunden Zeit.

Die Versandhülle ist geöffnet und alles wird anders. Als hätten sie sich abgesprochen, widmen alle Teilnehmer ihre volle Aufmerksamkeit zuerst dem personalisierten Brief, der zum Teil erst zwischen diversen Mailing-Bestandteilen herausgefischt werden muss. Selbst große Fotos auf beiliegenden Prospekten sind plötzlich keine Konkurrenz mehr. Und man liest erstaunlich gründlich. „Häufig lese ich den Brief durch, lege ihn dann zur Seite und schaue mir das Ganze später noch einmal in Ruhe an“, so Spenderin Mechthild K. (78). Gut zu wissen, oder?

Gnadenlos durch fallen jene Mailings, die den Spender emotional nicht erreichen. Zu viele Informationen, wenige aussagekräftige Bilder. Unklarer Spendenaufruf. Es ist faszinierend, wie man regelrecht dabei zuschauen kann, wie diese Mailings in der Spendergunst durchfallen: Brief gelesen, Prospekt betrachtet, Mailing zur Seite gelegt. „So, und nun?“ Manchmal sagt ein fragendes Gesicht mehr als tausend Worte.

Die Reaktion auf die eingesetzte Bildsprache fällt sehr unterschiedlich aus. Ein

Großteil der Befragten gibt zu, dass sie eigentlich erst reagieren, wenn die Not offensichtlich ist. Ebenfalls interessant: Jeder zweite Proband sieht in den kleinen Geschenken, die vielen Spenden-Mailings beiliegen, ein „verdientes Dankeschön“ für sein Engagement. Oder zumindest eine nette Geste, über die man sich freue. Die anderen Befragten brauchen diese nach eigener Aussage nicht, man „würde auch so spenden“. Ergebnistests zeigen häufig allerdings das Gegenteil.

Auffällig ist: Drei von fünf Spendern fordern eine klare Vision in den Infoschreiben. „Was kann meine Spende bewirken?“ „Gibt es eine realistische Chance, die Not zu lindern?“ Mit sogenannten Shopping-Listen geht man pragmatisch um und bezeichnet sie als „ganz hilfreich“. Wichtig sind den Probanden außerdem ein regelmäßiges Feedback und „Erfolgsgeschichten, die Mut machen“.

Alexander Thurow *ist Journalist, Werbekaufmann und Geschäftsführender Gesellschafter/CCO bei der marketwing GmbH in Garbsen bei Hannover, einem führenden Fullservice-Dienstleister im Direktmarketing. Rund 50 Fundraising-Experten entwickeln ergebnisorientierte, datenbankgestützte Social Marketing-Kampagnen für international tätige Non-Profit-Organisationen wie die Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft und die Albert-Schweitzer-Kinderdörfer.*
► *www.marketwing.de*

Spenderbriefe: 10 Do’s And Don’ts

- Versenden Sie keine Werbeschreiben, sondern persönliche Briefe.
- Pflegen Sie Ihre Sensibilität gegenüber typischen Einschränkungen des Alters und achten Sie auf einfache Öffnungsmechanismen, Lesbarkeit und Schriftgrößen.
- Schütten Sie kein Füllhorn der Informationen aus.
- Lenken Sie die Aufmerksamkeit auf eine Kernbotschaft.
- Konformität und Langeweile sind das Ende jeder guten Brieffreundschaft.
- Unterscheiden Sie zwischen Themen und Projekten, die für die Öffentlichkeitsarbeit perfekt sind – aber für Fundraising nicht taugen.
- Bleiben Sie stets bei der Wahrheit und unterschätzen Sie niemals das Urteils- und Erinnerungsvermögen Ihrer Spender.
- Konstruieren Sie keine Dramatik, wo es keine gibt. Stellen Sie sich im Umkehrschluss jedoch die Frage, ob der bewusste Verzicht darauf Ihrem Anspruch an eine realistische und wahrheitsgemäße Informationsarbeit gerecht wird.
- Zeigen Sie keine falsche Scheu und sagen Sie, was Sie wollen.
- Fragen Sie einen Großspender nicht nach einer Kleinspende. Und umgekehrt.

lupcard-
die Lupe - das Original*
* Scheckkartenlupe mit 4-facher Vergrößerung im Format 86x54 mm - nur 0,3 mm dünn und 1,9 Gramm leicht!

lupenmaxx®
...wir machen´s größer!
info@lupenmaxx.de · www.lupenmaxx.de
www.mikrofasertuch.de

Wir bringen Ihre Werbung GROSS raus!

Lupenmaxx GmbH
Freiburger Str. 8
79199 Kirchzarten
Tel.: +49 (0) 7661 909988 0

Die wertvollste Non-Profit-Marke der Welt

United Way und die acht Planungsprinzipien im strategischen Fundraising

Ende der neunziger Jahre merkte der verantwortliche Vorstand der größten Fundraising-Organisation weltweit, „United Way of America", dass er ein Problem hatte: Seit dem großen Spendenskandal im Jahr 1992, als der damalige Geschäftsführer William Aramony des Betrugs und der persönlichen Bereicherung überführt wurde, waren die Spenden für die in den Kommunen der USA aktive Organisation um mehr als 25 Prozent zurückgegangen.

Von CHRISTIAN GAHRMANN

United Way erscheint den Amerikanern als bürokratisches Ungetüm, das mit dem Mittel des sozialen Drucks Spenden am Arbeitsplatz einsammelt, die eigentlich keiner mehr geben will. Denn niemand weiß genau, wohin sie fließen. United Way, die „große alte Dame des amerikanischen Fundraising", die seit 1887 für lokale NPOs in den ganzen USA Spenden sammelt, scheint am Ende zu sein. Mehrere Sofortmaßnahmen verpuffen wirkungslos. Da greift der Vorstand zum letzten Strohhalm: United Way neu erfinden.

MARKTORIENTIERT DENKEN UND HANDELN

United Way startet zur Jahrtausendwende eine der größten Markenkampagnen, die je von einer Nonprofit-Organisation umgesetzt wurde. Mehrere Agenturen bestimmen die spendenfreudigsten Zielgruppen und erarbeiten auf sie abgestimmte Kommunikationsmuster. Wettbewerber werden als Benchmarks identifiziert und die alte Spendensammel-Organisation United Way schließlich als „Community Impact"-Organisation neu erfunden.

United Way hatte in der Not gelernt, marktorientiert zu denken und zu handeln und Fundraising strategisch zu betreiben. Die Lerndividende: Nach einer Markenbewertung des „Forbes"-Magazins von 2010 gehört United Way – in der Zwischenzeit zu United Way Worldwide fusioniert – mit einem geschätzten Markenwert von 14,3 Milliarden US-Dollar zu den wertvollsten Marken weltweit – knapp hinter Pepsi und noch vor Nike, IKEA und Gucci.

„DAS SIND WIR. WIR SIND EINMALIG"

Strategisches Fundraising, wie es von United Way seitdem betrieben wird, heißt, sich langfristig am gesamten Spendenmarkt zu orientieren. Sich Spenderzielgruppen zu suchen, die zu einem passen, und diese in „ihrer Sprache" anzusprechen. Zu erkennen, worin man besser ist als andere – und sich nicht scheuen, das zu kommunizieren. Sich eine Position im Spendenmarkt zu suchen, die den Spendern signalisiert: Das sind wir. Wir sind einmalig. Und du kannst dazugehören.

United Way hat sich dabei an acht Planungsprinzipien gehalten, die jede Non-Profit-Organisation beachten sollte, damit ihr strategisches Fundraising zum Erfolg wird. Diese Schritte sind folgende:

Die Erfüllung der Mission hat immer Vorrang. Die Mission von United Way war es immer, lokale Gemeinden zu fördern. Das hat United Way nie geändert, aber im Jahr 2000 mit einem neuen Mission Statement besser auf den Punkt gebracht. Fundraising muss sich gleichzeitig als Ressourcenbeschaffung und Dienstleistung verstehen. Denn Fundraising dient nicht nur der Akquise von Finanzmitteln. Es dient auch dazu, Spender glücklich zu machen. United Way fragt heute ihre Spender regelmäßig nach ihren Wünschen – und für welche Zwecke sie am liebsten spenden würden.

Fundraising ist keine isolierte Aufgabe innerhalb einer Organisation, sondern Querschnittsaufgabe aller Abteilungen, des Vorstandes, der ehrenamtlichen Mitarbeiter, der Mitglieder – und der Spender. Bei United Way wird das Fundraising heute von über 1800 Chaptern (Ortsverbänden) in den USA und aller Welt betrieben. Und es wird von den hauptamtlichen Mitarbeitern genauso getragen wie von vielen ehrenamtlichen Fundraisern.

Die wenigsten Spender haben die Möglichkeit, die Arbeit einer gemeinnützigen Organisation zu beurteilen. Sie müssen den Angaben der Organisationen vertrauen. Vertrauen herstellen, das war nach dem Skandal von 1992 eine der größten Herausforderungen. United Way hat auf zwei Maßnahmen gesetzt: mehr direkten Kontakt mit Spendern, insbesondere auch durch Ehrenamtliche vor Ort. Und Transparenz: Während früher Entscheidungen in Hinterzimmern getroffen wurden, orientiert sich United Way nun an weltweit veröffentlichten „Global Standards", die für alle Prozesse von United Way gelten.

ERFOLG MESSBAR MACHEN: SO GEHT'S

Menschen spenden aus Motiven heraus. Um erfolgreich Fundraising betreiben zu können, muss eine Spendenorganisation diese Motive kennen und ansprechen. United Way beschäftigt mittlerweile große Marktforschungsfirmen mit der regelmäßigen Abfrage der Spenderwünsche – differenziert nach unterschiedlichen Zielgruppen wie Afro-Amerikanern, Frauen oder ehrenamtlich Aktiven.

Die meisten gemeinnützigen Organisationen verfolgen Ziele, die nur schwer messbar sind. Ohne Messbarkeit von Zielen ist jedoch keine überzeugende Erfolgsvermittlung nach außen möglich. United Way war es über hundert Jahre gewohnt, den Erfolg allein an den Spendeneinnahmen zu messen. Mittlerweile hat die Organisation

ein Ratgeber-Buch veröffentlicht, das allen Verantwortlichen anhand von zahlreichen Beispielen erklärt, wie sie den Erfolg ihrer Programme messbar – und damit kommunizierbar – machen können.

Spendenorganisationen, die auf dem Spendenmarkt tätig sind, befinden sich automatisch in einem Wettbewerb um Spendengelder. Eine der Kernaktivitäten der Zentrale von United Way in Alexandria (Virginia, USA) ist – neben dem Branding – das Benchmarking, also der Vergleich mit führenden NPOs, um von ihnen zu lernen. Aber auch untereinander werden die lokalen United Way Chapter dem Benchmarking unterworfen und ihnen die Erfolgskennzahlen der anderen Chapter zurückgespiegelt.

Der Status der Gemeinnützigkeit und die auf Vertrauen basierende Treuhänderstellung einer Nonprofit-Organisation zwischen ihren Spendern und den Menschen, denen sie hilft, erfordern eine klare ethische Selbstverpflichtung. Auch hier hat United Way in den letzten zehn Jahren stark nachgebessert. So gibt es Standards, die alle lokalen Chapter erfüllen müssen, und einen Ethik-Code, der von den Mitarbeitern und Ehrenamtlichen von United Way selbst entwickelt wurde.

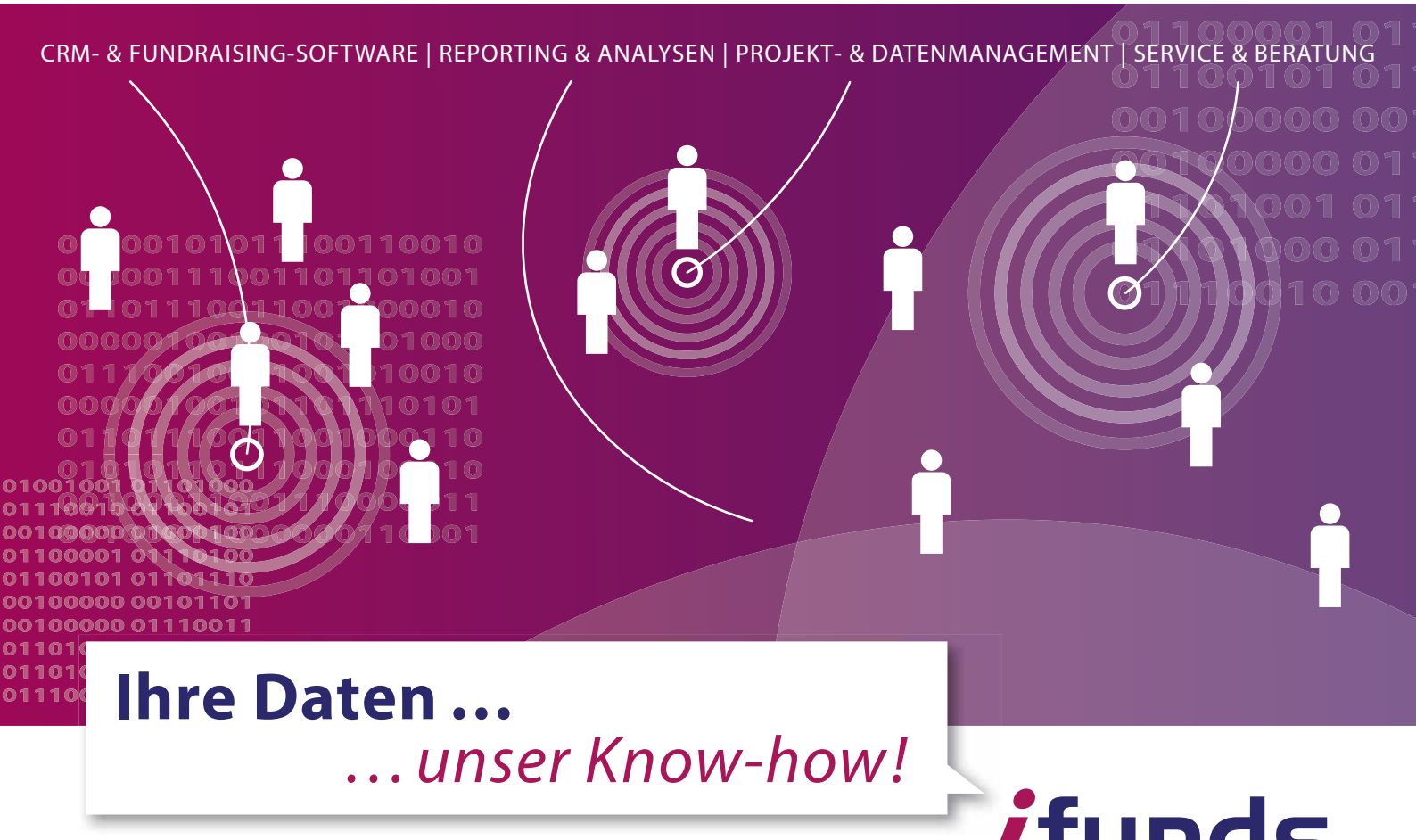
United Way hat vor zehn Jahren – wie keine andere Organisation vorher – strategisches Fundraising entdeckt. Mittlerweile kümmern sich mehrere Abteilungen in der Zentrale um Markenmanagement, Marktforschung und Benchmarking. Mit Erfolg. Die jährlichen Spendeneinnahmen sind bis 2013 auf 5,2 Milliarden US-Dollar gestiegen.

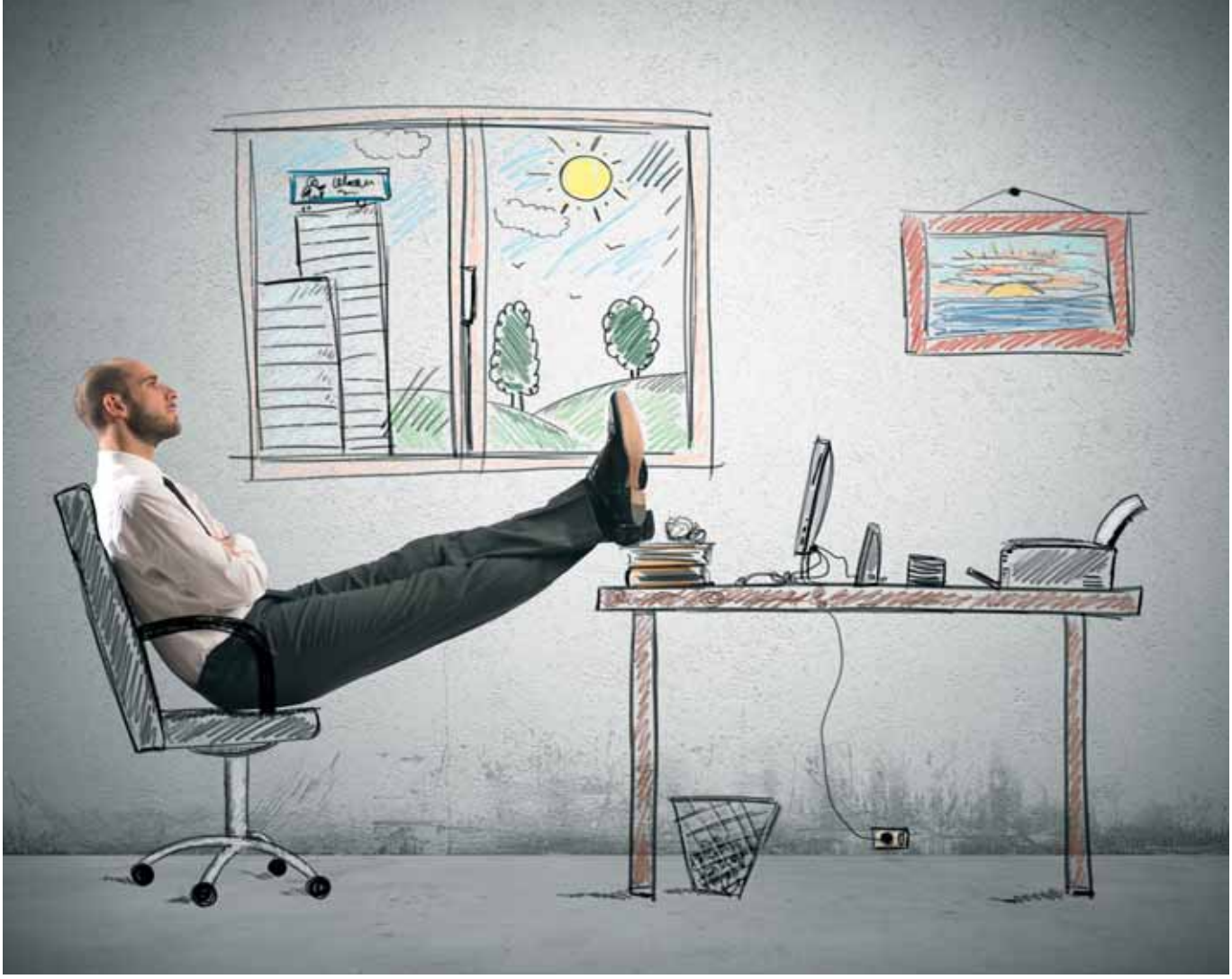
Strategisches Fundraising und Markenmanagement – auch wenn es auf den ersten Blick aufwendig erscheint – sind nicht allein großen Organisationen wie United Way vorbehalten. Auch kleinere, ehrenamtliche Organisationen können von einem strategischen Ansatz beim Spendensammeln profitieren, wenn sie dabei die genannten Prinzipien beachten. Denn entscheidend ist eine marktorientierte Denkweise beim Spendensammeln, nicht der Einsatz eines möglichst professionellen Instrumentariums.

Mittlerweile gibt es United Way auch in Europa, zum Beispiel in Frankreich und Großbritannien. Vielleicht lohnt es sich, dort einmal vorbeizuschauen und sich etwas abzugucken. Oder zu „benchmarken“, wie United Way sagen würde.

*Dr. **Christian Gahrmann** ist Inhaber und Geschäftsführer der internationalen Beratungsfirma Christian Gahrmann Philanthropy Consulting, die sich auf strategisches und internationales Fundraising sowie EU-Förderprogramme spezialisiert hat. Sein Buch „Strategisches Fundraising“ ist 2012 im Springer Verlag erschienen.*

▶ *www.philanthropy-consulting.eu*





Füße hoch und durch

Wie Datenbanken Zahlungseingänge automatisch im Griff haben

Bei Spenden für Katastrophenopfer, in der Weihnachtszeit oder bei großen Kampagnen müssen sich Fundraiser auf eins verlassen können: ihre Datenbank. Große Organisationen kommen schon lange nicht mehr ohne eine automatisierte Verbuchung durch die entsprechende Software aus.

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Wenn Till Mletzko, Fundraiser von Wikimedia Deutschland, momentan tief durchatmet, so hat das seinen Grund. Er hat gerade seine Wikipedia-Kampagne mit 395 000 Zahlungseingängen innerhalb von 50 Tagen bewältigt. Für sein kleines Team eine Herkulesaufgabe, der er nur dank seiner Datenbank-Software gewachsen war. 2014 kamen 8,2 Millionen Euro in 50 Tagen zusammen. Ein neuer Rekord und damit die erfolgreichste Online-Spendenkampagne in Deutschland. In den letzten beiden Monaten des Jahres nimmt die Organisation 97 Prozent der gesamten Spenden ein. Hinter dieser Zahl stehen bei Wikimedia aber weniger Großspenden. Die Durchschnittsspende liegt gerade einmal bei etwas über 20 Euro. Dafür muss das Team von nur drei bis vier Leuten alle Zahlungseingänge bewältigen. „Eine große Entlastung ist für uns Paypal, weil diese 200 000 Zahlungen automatisch in unser Datenbank-System übertragen werden können", relativiert Till Mletzko. Trotzdem müssen allein 65 000 Überweisungen in die Datenbank eingepflegt werden und die Lastschriften kommen noch dazu. Für Mletzko ist es deshalb erfreulich, dass sich der Anteil der Paypal-Überweisungen stetig erhöht. Doch ohne passende Software ginge das nicht.

Während die amerikanische Wikimedia Foundation mit CiviCRM als Spendensoftware arbeitet, hat sich das deutsche Team für GRÜN VEWA zur Verwaltung ihrer Spender und Mitglieder entschieden.

Dank einer Reihe von Automatismen werden eigehende Spenden direkt einem Datensatz zugeordnet. Wikimedia generiert auf der Spendenseite im Netz einen W-Q-Code, eine mehrstellige und eindeutige Buchstabenkombination. Wird dieser Code auf dem Überweisungsträger als Verwendungszweck eingetragen, wird die Spenden-

zahlung dem entsprechenden Adressdatensatz automatisch zugeordnet. Die Adresse des Spenders wurde im Vorfeld beim Ausfüllen des Online-Spendenformulars abgefragt. Bei Überweisungen prüft ein VEWA-Skript den Verwendungszweck der Banküberweisung nach einer fünfstelligen Nummer, der Postleitzahl. Ist diese vorhanden, werden weitere Informationen zu einem Straßennamen gesucht, sodass ein Datensatz aus dem Verwendungszweck der Überweisung intelligent extrahiert werden kann. Alle Spender, die mehr als 15 Euro an Wikimedia spenden, erhalten automatisch eine Spendenquittung. Die Selektierung der Spender erfolgt ebenfalls in der Datenbank und wird direkt an den Lettershop übermittelt. 2013 wurden so über 100 000 Quittungen automatisiert erstellt und verschickt. Diese sogenannte phonetische Prüfung des Systems sorgt zusätzlich für einen intensiven Dublettenabgleich. „Dank der Software bewältigen wir das hohe Spendenaufkommen problemlos, da der Grad der Automatisierung fortlaufend optimiert wird", bestätigt Till Mletzko.

Auch bei Ärzte ohne Grenzen setzt man auf Automatisierung. Die Aufgabe für den Software-Partner GOB und seine Software-Lösung „unitop NPO Fundraising" war hier, automatisch nach den konkreten Verwendungswünschen der Spender zu verbuchen. Anders als bei Wikipedia hat die Nothilfeorganisation viele Zwecke, für die gespendet werden kann. „Die Menschen spenden oft zu bestimmten Anlässen. Dann ist es für uns wichtig, dass wir die Verwendungszwecke automatisiert auslesen können", erklärt Patrick Greinke, Referent Spendenverwaltung bei Ärzte ohne Grenzen. „Das mussten wir vorher aufwendig manuell bearbeiten. Jetzt werden die meisten Stichwörter über die Datenbank automatisiert zugeordnet, und wir arbeiten deutlich schneller." Dafür optimierte das Softwarehaus die Zahlungsanalyse der Datenbank. Die weitgehende Automatisierung ehemals manueller Vorgänge hat spürbare Auswirkungen auf die Performance und damit auf die Kosten. „Bei der Zahlungsanalyse haben wir mittlerweile eine Trefferquote von über 80 Prozent. Also über 80 Prozent der Überweisungen von unseren Bestandsspendern können ungesehen automatisiert durchgebucht werden, ohne dass wir dabei wichtige Informationen unserer Spender übersehen. Das ist ein tolles Ergebnis für uns und gerade in den Spitzenzeiten extrem hilfreich", betont Patrick Greinke. Spitzenzeiten sind bei der international tätigen Hilfsorganisation besonders Katastrophen, die medial befeuert innerhalb kürzester Zeit hohe Spendenvolumina aufkommen lassen. Zurzeit werden rund 1,8 Millionen Spender von Ärzte ohne Grenzen mit der Software verwaltet.

Walter Schmid AG

CRM Fundraising-Datenbank

Wenn das Wissen über den Spendenmarkt und die eigenen Gönner- und Gönnerinnen zum wichtigsten Unternehmenswert wird.

Die Kommunikation mit Ihren Spendern wird individueller und anspruchsvoller. Nur wer schnell und gezielt auf Ihre Wünsche und Bedürfnisse eingehen kann, schafft sich entscheidende Wettbewerbsvorteile im hart umkämpften Spenden-Markt. Sprechen Sie mit uns, wir haben Lösungen.

Für mehr Individualität und Kreativität im Dialog mit Ihren Gönnern.

Walter Schmid AG

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

Überprüfen Sie Ihr Bauchgefühl

Steigerung der Spenden-Conversions durch Landing-Page-Optimierung

Non-Profit-Organisationen professionalisieren sich im Bereich Online-Marketing und Online-Fundraising zunehmend. Sie setzen Online-Marketing-Maßnahmen wie Google AdWords, Display Werbung, E-Mail-Marketing und Social Media zur Spendengenerierung ein. Ist der Return-On-Investment (ROI) einer Maßnahme zu gering, kann durch Optimierung dieser gegengesteuert werden. Oft liegt der ROI jedoch nicht nur an der Maßnahme, sondern auch an den verlinkten Landing-Pages. Diese zu optimieren ist die Kür im Online-Marketing und birgt viel Potenzial. Was gilt es bei der Landing-Page-Optimierung zu beachten? Und wie lassen sich dadurch Conversions erhöhen?

Von EVA HIENINGER

Landing-Pages müssen klar kommunizieren, um den User mit seinem Bedürfnis abzuholen. Sie müssen darauf eingehen, woher der User kommt, also mit welchem Vorwissen über die Organisation, und durch welche Quelle er auf die Seite gelangt ist. Landing-Pages müssen den User des Weiteren in seiner Intention bestätigen (zum Beispiel informieren, spenden, Newsletter-Anmeldung o.Ä.) und ihm das bieten, was er beim Besuch der Website benötigt.

KAMPAGNENZIEL, USERZIELE UND QUELLEN

Das Bedürfnis des Users steht im Vordergrund und muss mit den eigenen Zielen, zum Beispiel dem einer Spende, kombiniert werden. Bevor Sie eine neue Kampagne starten, sollten Sie sich daher genau überlegen, was genau Sie erreichen möchten, zum Beispiel Imagesteigerung, Spendenerhöhung oder Leadgenerierung. Außerdem ist es wichtig zu wissen, mit wem Sie über Ihre Website kommunizieren möchten, zum Beispiel Interessenten, Neuspender, Bestandsspender oder Ähnliche. Auch bereits laufende Kampagnen und die Landing-Pages, die bei nicht-bezahlten Maßnahmen geklickt werden, sollten mit diesem Hintergrund überprüft und gegebenenfalls optimiert werden. Durch eine Analyse der Userquellen und der folgenden Schritte erhalten Sie einen Einblick, an welchen Stellen viele User abspringen (Customer Life Journey). Haben Sie beispielsweise ein mehrstufiges Spendenformular und ein Großteil der User füllt dieses bis kurz vor der Spende aus, führt diese aber dann doch nicht durch, sollten Sie überprüfen, was die Ursache sein könnte. Auf Grundlage dieser Analyse können Sie Hypothesen formulieren, die anhand von A/B-Tests überprüft werden können.

... und tschüss!

User brechen den Besuch einer Spenden-Website ab, weil

- kein Bezug zum Werbemittel vorhanden ist.
- die unspezifische Startseite als Landing-Page verwendet wird.
- der Absender, also die Marke fehlt.
- kein klarer Call-to-Action vorhanden ist.
- keine Argumente für eine Spende sichtbar sind.
- vertrauensbildende Elemente (z.B. Trusted Shop, DZI Spendensiegel) fehlen.
- die Ansprache zu unpersönlich und unemotional ist.
- das Layout zu unruhig und überladen ist und der User vom eigentlichen Conversionziel abgelenkt wird.
- die Website-Performance und -Geschwindigkeit schlecht ist.
- Buttons schlecht und unauffällig positioniert sind.

STELLEN SIE IHR BAUCHGEFÜHL IN FRAGE

Durch A/B-Tests werden Vermutungen über das Nutzerverhalten quantitativ belegt oder verworfen und ermittelt, ob das Ziel einer Optimierung erreicht wurde. Beim A/B-Test erstellt man zwei (bei Multivarianten-Tests auch mehrere) Versionen einer Landing-Page, um zu testen, mit welcher Version man sein Ziel besser erreicht. Sobald die Versionen erstellt sind, wird der Traffic, also die User, die auf der Landing-Page landen, über einen bestimmten Zeitraum per Zufall auf jeweils eine der

A/B-Test Tools

- **Optimizley und Visual Website Optimizer:** Online-basierte Tools, die die Umsetzung von grafischen und redaktionellen Optimierungsmaßnahmen, Tests und Analysen ohne Programmieraufwand ermöglichen.
- **Google Analytics Experiments:** Wenn Sie Ihre A/B-Varianten über Ihr CMS anlegen oder programmieren lassen, können Sie diese über Google Analytics gegeneinander testen und auswerten.
- Klären Sie mit Ihren Datenschutzbeauftragten, ob Sie diese Tools in Ihrer Organisation verwenden können.

Versionen verteilt. Dadurch wird analysiert, welche zur höheren Conversion-Rate führt, je nach Ziel zu beispielsweise mehr Spenden oder mehr Newsletter-Anmeldungen. Die erfolgreichere Version wird dann dauerhaft implementiert, um sie später eventuell erneut gegen eine weitere Variante zu testen.

SO OPTIMIEREN UND TESTEN SIE LANDING PAGES

Überlegen Sie vor dem Start einer neuen Kampagne, welches Ziel Sie verfolgen und welche Zielgruppe Sie ansprechen möchten. Gestalten Sie die Landing-Page dementsprechend. Analysieren Sie die Quellen und Stolpersteine Ihrer User in ihrer Customer Journey.

Bilden Sie Usergruppen, in denen Sie Usereigenschaften, wie Markenbindung, Userziele und Quelle, bündeln. Passen Sie die Landing-Pages nach den Nutzerbedürfnissen an. Formulieren Sie Testhypothesen und überprüfen Sie diese mit A/B-Tests auf Ihre Gültigkeit. Nutzen Sie Online-Testing-Tools, um den technischen Aufwand zu reduzieren.

Eva Hieninger *ist freiberufliche Marketing-Beraterin und Konzeptionerin für Non-Profit-Organisationen, unter anderem für openPetition.de, die „100 prozent erneuerbar stiftung“ und Ärzte ohne Grenzen. Sie studierte Medien und Kommunikation in Passau und Pontevedra (Spanien). Nach verschiedenen Tätigkeiten im Medienbereich und in diversen Werbeagenturen arbeitete sie beim Bundesverband WindEnergie als Marketingmanagerin und erlangte dadurch fundiertes Wissen im Bereich Online-Marketing bei Non-Profit-Organisationen.*
► *www.evahieninger.de*

Menschen mobilisieren, Kräfte zu sammeln

Multiple Sklerose ist eine chronische und unheilbare Krankheit, die zu erheblichen körperlichen und kognitiven Beeinträchtigungen führen kann. Wie viele Betroffene es allein in der Schweiz gibt, lässt sich nur schätzen: Ein zentrales Register fehlt bisher. Heute spricht man von über 10 000 Betroffenen. Die Schweizerische Multiple Sklerose Gesellschaft wird deshalb ein nationales MS-Register aufbauen. Jan Uekermann sprach in Zürich mit Regula Muralt, Chef-Fundraiserin bei der MS-Gesellschaft.

? Warum arbeiten Sie für die MS-Gesellschaft und wie sind Sie dazu gekommen?

Ich war Familienfrau und Teilzeit-Unternehmerin, hatte aber nach einigen Jahren das Bedürfnis, wieder in einem Team mitzuwirken. Ich hielt deshalb nach einer interessanten Stelle Ausschau und habe sie bei der MS-Gesellschaft gefunden. Ich suchte nicht explizit im Non-Profit-Bereich, sondern eine vielseitige Aufgabe. Im Marketing und Verkauf war ich schon immer tätig, aber eigentliches Fundraising kannte ich nicht. Bei der MS-Gesellschaft lernte ich das Handwerk von Grund auf kennen und übernahm die Leitung des Bereichs Öffentlichkeitsarbeit & Fundraising.

? Wie haben Sie das Feuer in sich entfacht, mit dem Sie jetzt für die MS-Gesellschaft brennen?

Über die Porträts von Betroffenen. Ich bin unter anderem zuständig für unser Spender- und Betroffenenmagazin „FORTE". Ich erlebe die Geschichten der Erkrankten hautnah mit. Diese Geschichten berühren mich immer

wieder sehr stark. Der Umgang von Betroffenen und Angehörigen mit dieser schweren Diagnose, die alles verändern kann, beeindruckt mich sehr. Trotz ihrer körperlichen Einschränkungen sind sie positiv. Ich war niemals so dankbar, gesund zu sein, wie heute.

? Können Sie uns kurz die Krankheit Multiple Sklerose beschreiben?

MS ist eine Erkrankung des zentralen Nervensystems. Stellen Sie sich ein Stromkabel vor – die Nervenfasern und die Isolationsschicht wären im übertragenen Sinn die umschließende Membran. Durch Entzündungen entstehen Schäden an der Membranschicht. Dadurch treten Störungen in der Signalübertragung auf. Schwere Beeinträchtigungen können die Folge sein: Seh- und Gleichgewichtsstörungen, Lähmungen, Schmerzen sowie Blasen- und Darmstörungen. Viele Betroffene leiden zusätzlich unter großer Müdigkeit.

? Wie genau sieht die Arbeit der Schweizerischen Multiple Sklerose Gesellschaft aus?

Wir sind nahe bei den Betroffenen und Angehörigen und bieten ein großes Unterstützungsangebot an wie zum Beispiel acht Gruppenaufenthalte für Schwerbetroffene im Jahr: Für zwei bis drei Ferienwochen erleben Betroffene Abwechslung vom Alltag und ihre pflegenden Angehörigen Entlastung. Wir organisieren Veranstaltungen zu Information und Wissen, Freizeit und Persönlichkeit, Ferien und Entlastung sowie Weiterbildungen für Angehörige und Freiwillige. Unsere Fachberater bieten Auskunft zu sozialen, medizinischen, pflegerischen und psychologischen Fragen, und auch die MS-Forschung wird mit einem substantiellen Beitrag unterstützt.

? Sprechen wir über das Fundraising für die MS-Gesellschaft: Gibt es einen typischen MS-Gesellschaft-Spender?

Wir wissen, dass wir einen sehr treuen Spenderstamm haben. Die meisten haben einen Bezug zur Krankheit, sind in irgendeiner Weise betroffen, entweder direkt oder durch Angehörige. Das melden uns auch die Dialoger auf der Straße zurück. Immer mehr Leute sagen, dass sie jemanden mit MS kennen.

? Wie sind Sie im Fundraising aufgestellt?

Wir betreiben klassisches Public Fundraising mit Mailings, die immer schon wichtig waren für die MS-Gesellschaft und immer noch gut funktionieren, Legatemarketing, Standaktionen und Events wie Benefizkonzerte oder Laufanlässe. Ereignisspenden werden wir über eine Peer-to-Peer-Lösung auch online intensivieren. Im letzten Jahr haben wir zudem begonnen, Großgönner und Stiftungen noch systematischer zu pflegen.

„Der Umgang der Betroffenen und Angehörigen mit dieser schweren Diagnose, die alles verändern kann, beeindruckt mich sehr."

? Sie sind auch auf der Straße mit Face-to-Face-Fundraising aktiv. Wie funktioniert das bei Ihrem Thema?

Die Leute können sich erstaunlich gut mit dem Thema identifizieren. Wir können glaubhaft darstellen, dass man uns als MS-Gesellschaft braucht. Auch zunehmend jüngere Leute, also ab 25, sind bereit zu spenden. Auf Facebook sind wir sehr aktiv und haben schweizweit über 20 000 Fans.

? Erbschafts-Fundraising ist ebenfalls wichtig in Ihrem Fundraising-Mix …

Ja – und das lohnt sich! Denn die Leute möchten über ihr Leben hinaus Gutes tun. Gerade bei MS bietet sich das an, denn wir wollen ja diese Krankheit irgendwann zum Verschwinden bringen – und dazu wollen die Leute etwas beitragen.

? Sie legen auch großen Wert auf Online-Fundraising und E-Mail-Marketing.

Zunächst mal sage ich immer: Das Alte läuft gut, da müssen wir weiter dranbleiben – aber das Neue darf nicht vergessen werden! Wir haben letztes Jahr eine neue Website gemacht – aber die alleine bringt noch keine neuen Spender. Dies möchten wir mit der Optimierung des E-Mail-Marketings erreichen. In diesem Bereich sehe ich eine große Chance, neue Zielgruppen zu gewinnen.

? Ihr Auftritt im Internet kommt sehr frisch daher – mit einem Gefühl von Gesundheit!

Ja, wir möchten modern und seriös wirken. Sowohl ein älteres wie auch ein jüngeres Publikum soll sich angesprochen fühlen. Unser Auftritt ist frisch und nicht verstaubt. Neudiagnostizierte sollen auf unserer Website nicht als erstes Rollstühle und Hilfsmittel sehen, dies würde sie abschrecken. Wir sind für Betroffene und ihre Angehörigen eine wichtige Anlaufstelle, die erste Adresse in der ganzen Schweiz, wenn es um MS geht.

? Was ist Ihre Vision?

Dass die Krankheit eines Tages geheilt oder zumindest so weit gestoppt werden kann, dass sie keine weiteren Schäden anrichtet.

? MS klingt nach einer „Chaos-Krankheit" – und doch gehen Sie offensiv nach draußen und versuchen sie den Leuten zu erklären.

Ja, unsere Kommunikation attestiert Betroffenen Stärke und stellt sie nicht als Opfer dar. Die MS-Gesellschaft ist eine starke Organisation und Partnerin von Patienten. Das Thema ist mir sehr ans Herz gewachsen, obwohl niemand in meinem Umfeld betroffen ist – glücklicherweise!

„Kopf und Herz ansprechen“

Die goldenen Regeln für Telefon-Spendenkampagnen

Schweizerinnen und Schweizer haben 2013 verschiedenen Hilfswerken circa 1,7 Milliarden Franken zukommen lassen. Das sind gemäß der Zewo-Stiftung in Zürich rund drei Prozent mehr als im Vorjahr. Die Call-Agenten der Fundraising-Agentur Corris AG in Zürich sind Teil dieser Erfolgsgeschichte. Sie führen im Auftrag von Non-Profit-Organisationen Spendenkampagnen durch.

Von BERNHARD BIRCHER-SUITS

Das Ziel eines Gesprächs mit bestehenden Förderern einer Organisation ist es, ihnen für die bisherige Unterstützung zu danken, sie über ein aktuelles Kampagnenthema zu informieren und nach Möglichkeit den Förderbeitrag zu erhöhen. Aufgrund seiner langjährigen Erfahrung als Leiter des Corris-Callcenters weiß Rui Biagini: „Wer engagierte Menschen als treue Spender an seine Organisation binden will, muss Kopf und Herz ansprechen.“ Call-Agenten würden am Telefon nur brillieren, wenn sie viel Herzblut für die Sache mitbringen und viel Hintergrundwissen über die Organisation und ihre Projekte im Kopf haben. Biagini sagt: „Wir legen bei der Rekrutierung unserer Call-Agenten daher großen Wert auf ein überdurchschnittliches Bildungsniveau und eine hohe Affinität zu den Themen unserer Auftraggeber – ausschließlich Non-Profit-Organisationen.“ Professor Michael Urselmann von der deutschen Fachhochschule Köln betonte im Rahmen eines Vortrags zum Thema Telefon-Fundraising am 21. November 2014 den wichtigsten Erfolgsfaktor am Telefon: Die Qualität der geführten Gespräche.

Tipps für Upgrading-Spendenkampagnen am Telefon

1. Es braucht einen einfach verständlichen, emotionalen Aufhänger.
2. Ein detaillierter Gesprächsleitfaden sowie FAQ sind wichtig.
3. Informierte und engagierte sowie laufend geschulte Callcenter-Agenten erhöhen die Glaubwürdigkeit und stärken das Vertrauen.
4. Jede Spendenerhöhung schriftlich bestätigen.
5. Faire Löhne auf Zeitbasis und keinesfalls nur erfolgsabhängig.
6. Mitarbeiter müssen kompetent auf Fragen und Bedürfnisse der Spender eingehen können.
7. Die Datenselektion muss laufend in bestimmten Intervallen erfolgen.

MIT EHRLICHEN GESPRÄCHEN KOPF UND HERZ ANSPRECHEN

Im Corris-Callcenter mit rund 25 Arbeitsplätzen arbeiten viele Studenten, die sich mit wohltätigen Organisationen identifizieren können. Ein ehemaliger Student ist auch Yannick Arnold. Der Assistent des Callcenter-Leiters erklärt: „Der direkteste Weg in den Kopf und ins Herz der Spender führt über ein ehrliches Gespräch.“ Kein Spendenbrief und keine Anzeige schaffe es, eine ähnlich tiefe emotionale Bindung zu erzeugen wie ein aufrichtiges und freundliches Telefongespräch.

Das hat auch die international tätige Tierschutzorganisation „Vier Pfoten“ erkannt. Die Organisation mit Hauptsitz in Wien und einer Niederlassung in Zürich hatte sich bereits 2003 entschieden, ihren bestehenden Stamm an Förderern mithilfe von externen Call-Agenten zu betreuen. Die Tierfreunde hatten zuvor im Rahmen von „Vier Pfoten“-Infostand-Kampagnen einer regelmäßigen Spende per Lastschriftverfahren/DebitDirect zugestimmt. Susanne Prochnow, Fundraiserin bei „Vier Pfoten“ Schweiz, sagt über die abgeschlossene Telefon-Kampagne mit Corris im Jahr 2013: „Rund 40 Prozent der Kontaktierten erhöhten ihren Spendenbeitrag.“ Die Gewinnschwelle wird damit sofort erreicht. Aufgrund des eingesetzten Lastschriftverfahrens erzielt „Vier Pfoten“ langfristig einen ungewöhnlich hohen Return on Investment.

Bernhard Bircher-Suits *ist Leiter Kommunikation und PR bei Corris. Zuvor war er als Journalist für die Schweizer Konsumentenmagazine „K-Tipp“ „K-Geld“ und „saldo“ täig. Der gelernte Kaufmann hat langjährige Führungserfahrung im Wirtschaftsjournalismus und der Unternehmenskommunikation. Er verfügt über Diplome in Journalistik und Kommunikationswissenschaft sowie Sozialarbeit und Sozialpolitik.*
► *www.corris.ch*

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

Fundraising-Kalender

MÄRZ 2015

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-Software: Das kleine 1 x 1
18.03., Mühlheim an der Ruhr
▶ *www.fundraising-und-system.de*

Sprudelnde Quellen - Mitfinanzierung sozialer Projekte durch Stiftungen und Fördermittel
18.03., Frankfurt am Main
▶ *www.fundraisingforum-frankfurt.de*

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*

DFRV-Regionalgruppentreffen München
19.03., München
▶ *www.fundraisingverband.de*

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

Foto Video im Fundraising
19.03., Essen
▶ *www.nonprofitmedia.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*

Erfolgreich Fördermittel einwerben
21.03., Mainz
▶ *www.mitarbeit.de*

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

rC15
Strategien für die digitale Zivilgesellschaft
www.recampaign.de

Förderung durch die öffentliche Hand, EU-Fundraising
24.03., München
▶ *www.ebw-muenchen.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*

medfund-Treff: Think Big – Die erfolgreiche Gewinnung und Bindung von GroßspenderInnen
26.03., Köln
▶ *www.steinrueckeundich.de*

Sponsorengespräche mit Video trainieren (für NPOs und Kulturbetriebe) – Individuelles Fach-Coaching
26.03., Düsseldorf
▶ *www.npo-akademie.de*

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

APRIL

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*

Praxislehrgang: Datenschutzbeauftragte/r im Verband
14.–16.04., Bonn
▶ *www.verbaendeakademie.de*

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

Fundraising für Einsteiger – Wie entwickle ich eine Fundraising Strategie?
15.04., Wien
▶ *www.fundraising.at*

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

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

9. Kongress der Sozialwirtschaft
16.04., Magdeburg
▶ *www.sozkon.de*

EU-Fördermittel – 10 Schritte zum Erfolg
16.04., Köln
▶ *www.fundraisingakademie.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*

Fundraising-Software: Das kleine 1 x 1
20.04., Mühlheim an der Ruhr
▶ *www.fundraising-und-system.de*

11. Deutsches CSR-Forum
20.-21.04., Ludwigsburg
▶ *www.csrforum.eu*

11. Deutsches CSR-Forum
20. bis 21. April 2015
Ludwigsburg bei Stuttgart
deutsches csr-forum
Internationales Forum für Nachhaltigkeit und Zukunftsfähigkeit
www.csrforum.eu

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*

EU-Fördermittel – 10 Schritte zum Erfolg
22.04., München
▶ *www.fundraisingakademie.de*

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

Spendentag 2015: Corporate Giving – Unternehmen motivieren, involvieren und begeistern!
22.04., Wien
▶ *www.fundraising.at*

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

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

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*

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*

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

MAI

Fundraising-Werkstatt für Innovation
05.05., Hannover
▶ *www.landeskirche-hannovers.de*

Testamente und Vermächtnisse – Was Vereine, Stiftungen und NPOs für eine rechtssichere Zuwendung beachten müssen
06.05., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

Deutscher StiftungsTag
06.–08.05., Karlsruhe
▶ *www.stiftungen.org/stiftungstag*

Erbschaftsfundraising (Erbschaftsmarketing)
07.05., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

DFRV-Regionalgruppentreffen München
07.05., München
▶ *www.fundraisingverband.de*

20. acn Konferenz – Forum für Alumni-Management, Career Service und Fundraising
08.–10.05., Potsdam
▶ *www.alumni-clubs.net*

Erfolgreich Spender und Sponsoren gewinnen – Die Starthilfe in Ihr professionelles Fundraising
11. & 12.05., Frankfurt am Main
▶ *www.fundraising-praxis-seminare.de*

In fünf Schritten zum erfolgreichen Förderprojekt
12. & 13.05., Nürnberg
▶ *www.praxisseminar.foerder-lotse.de*

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

Workshop: Fundraising zur Stellenfinanzierung in der Jugendarbeit
19.05., Hannover
▶ *www.landeskirche-hannovers.de*

13. Fundraising-Forum
19.05., Frankfurt am Main
▶ *www.ekhn.de*

Deutscher Fundraisingkongress
19.–21.05., Berlin
▶ *www.fundraising-kongress.de*

Infoabend – CAS Kommunikation für Non-Profit-Organisationen
21.05., Olten
▶ *www.fhnw.ch*

Social Return on Investment (SROI) und Wirkungsmessung in NPO
21.05., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

So schreiben Sie gute Texte fürs Internet
21.05., München
▶ *www.ibpro.de*

Workshop: Fundraising mit Geschick – Fehlerkultur und Beschwerdemanagement
28.05., Hannover
▶ *www.landeskirche-hannovers.de*

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

Fundraising mit System: 10 Tipps für Ihre Software-Suche
28.05., Mühlheim an der Ruhr
▶ *www.fundraising-und-system.de*

8. Ökumenischer Fundraisingtag
30.05., Hannover
▶ *www.oekft.de*

JUNI

Praxis Know-how für Kultur-Veranstalter und NPOs: Wie Sie aus Ihrem Event eine professionelle und erfolgreiche Veranstaltung machen
02.06., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

2. Stiftungstag Niedersachsen
06.06., Braunschweig
▶ *www.stiftungstag-niedersachsen.de*

Fundraising-Werkstatt für Innovation
09.06., Hannover
▶ *www.landeskirche-hannovers.de*

Bildungsfundraising
09.06., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

Sponsorengespräche mit Video trainieren (für NPOs und Kulturbetriebe) – Individuelles Fach-Coaching
10.06., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

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

Berufsbegleitende Weiterbildung Großspenden-Fundraiser/in
15.–18.06., Mainz/Erfurt
▶ *www.major-giving-institute.org*

Fundraising mit System: 10 Tipps für Ihre Software-Suche
17.06., Mühlheim an der Ruhr
▶ *www.fundraising-und-system.de*

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

Fundraising in der Praxis: Wie Sie Spender und Sponsoren gewinnen
23.06., Frankfurt am Main
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Die erfolgreiche NGO-Marke – Wie sich NGOs optimal positionieren
24.06., Wien
▶ *www.fundraising.at*

7. Fundraisingtag Baden Württemberg
29.06., Stuttgart
▶ *www.fundraisingtag-bw.de*

The Fund Raising School
29.06.–03.07., Wien
▶ *www.fundraising.at*

Tradition und Innovation in der Sozialwirtschaft

Welche internen und externen Rahmenbedingungen fördern oder behindern Innovationen in der Sozialwirtschaft? Welche Bedeutung haben Tradition und Wertegebundenheit für die künftige Ausrichtung sozialwirtschaftlicher Unternehmen? Diesen und weiteren Fragen widmet sich die neunte Ausgabe des Kongresses der Sozialwirtschaft. Zu diesem treffen sich alle zwei Jahre Vertreter aus der Sozialwirtschaft, um erprobte Strategien, aktuelle Analysen und einschlägige Erfahrungen auszutauschen.

Plenumsreferate und Foren zu Zukunftsthemen sozialwirtschaftlicher Unternehmen sind ebenso Teil der Veranstaltung wie die erstmals angesetzten moderierten Streitgespräche. Hier diskutiert unter anderem Dr. Gerhard Timm von der Bundesarbeitsgemeinschaft der Freien

Wohlfahrtspflege (BAGFW) mit Rainer Höll vom Changemaker-Netzwerk Ashoka zu „alten" und „neuen" Sozialunternehmern; Stefan Spieker vom Fröbel e.V. und Peter Gitschmann von der Bundesarbeitsgemeinschaft überörtlicher Träger der Sozialhilfe (BAGüS) stellen sich dem Thema „innovative Finanzierung".

Teilnehmer haben die Möglichkeit, aus sieben unterschiedlichen Themen-Foren zu wählen. So kann beispielsweise ein Blick auf die Nachbarländer in der EU und deren Herausforderungen geworfen werden.

Der Abschlussimpuls am zweiten Veranstaltungstag wird „Halbgötter in Orange" in den Fokus nehmen: Andreas Thürmer, Prokurist der Berliner Stadtreinigung, verfolgt den Weg des Dienstleisters zum kommunalen Vorzeigeunternehmen.

9. Kongress der Sozialwirtschaft, 16. / 17. April 2015 in Magdeburg.
► *www.sozkon.de*

#DFK15

Rollen wir das Feld doch einfach mal von hinten auf: Die Abschlusskeynote spricht schon für sich. Margot Käßmann wird in ihrer Funktion als Botschafterin des Rates der EKD für das Reformationsjubiläum 2017 den diesjährigen Fundraising Kongress in Berlin beschließen. Bis dahin stehen allerdings eine Menge Seminare und Table-Sessions auf dem Plan. Unter den fünf Bereichen Digitales, Großspender, Methoden, Trends und Organisation laufen wieder viele bekannte Namen und Gesichter auf und laden zum gewohnt entspannten wie inspirierenden Austausch.

Die Mitgliederversammlung des Deutschen Fundraising Verbandes findet dieses Mal nach Ende der Seminare bereits am ersten Tag statt. Direkt daran schließt sich die Begrüßung samt Kongresseröffnung an. Was nicht verwirklicht wurde, ist die Idee, Seminaren am zweiten Tag die Möglichkeit einer Fortsetzung zu geben, um eventuell Informationen erneut aufzugreifen. Insofern bleibt alles beim Alten. Der zweite Veranstaltungstag wird durch Van Bo Le-Mentzel eröffnet, dem Entwickler der Hartz IV-Designermöbel aus Berlin.

Neu ist der Software-Slam am Donnerstag: Softwarehersteller werden in zehnminütigen Kurzvorträgen gegeneinander antreten. Der Höhepunkt steht aber natürlich wie immer bereits fest, wenn es am Abend des zweiten Tages heißt: Let's Disco!

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

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

Masterstudiengang Sozialinformatik

Der bundesweit einmalige Masterstudiengang Sozialinformatik an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt startet im Herbst dieses Jahres mit seinem vierten Jahrgang. Für Interessenten des berufsbegleitenden Studiums gibt es am Freitag, 20. März, einen Infotag auf dem Eichstätter Campus, bei dem Gelegenheit besteht, mit dem Master-Team ins Gespräch zu kommen und sich ein Bild über Ziele, Anforderungen und Chancen dieser Ausbildung zu machen. Der berufsbegleitende Masterstudiengang dauert fünf Semester. Zulassungsvoraussetzungen sind ein erfolgreich abgeschlossenes Hochschulstudium sowie mindestens ein Jahr qualifizierte Berufstätigkeit.

▶ *www.sozialinformatik.de*

Save the Date!

Der 29. Juni ist in diesem Jahr für den 7. Fundraising Tag Baden-Württemberg reserviert. Als Highlights werden unter anderem individuelles Coaching zu Fragen rund ums Fundraising und Vorträge zu Gütesiegeln im Fundraising angeboten. Unterschiedliche Workshops widmen sich Themen wie Psychologie in der Spenderansprache, Kapitalkampagnen, Recht für gemeinnützige Organisationen mit Blick auf den Mindestlohn und Telefonfundraising. Veranstaltungsort ist das Haus der Wirtschaft in Stuttgart.

▶ *www.fundraisingtag-bw.de*

5. medfund-Treff am Rhein

Krankenhaus-Fundraising steht im Mittelpunkt der regionalen Netzwerktreffen, zu denen die Agentur steinrücke+ich Klinikverantwortliche herzlich einlädt: „Think Big – Die erfolgreiche Gewinnung und Bindung von Großspendern" lautet das Thema zum medfund-Treff, der am Donnerstag, 26. März, 18 Uhr, im St. Marien-Hospital in Köln stattfindet. Die Referentin Brigit Stumpf stellt typische Großspender vor und erläutert die Vorgehensweise zur Planung, Gestaltung, Ansprache, Umsetzung und Evaluation der Großspenderakquise anhand eines Fünf-Schritte-Plans.

▶ *www.steinrueckeundich.de/de/medfund*

Spendern vertrauen – Vertrauen spenden

Der 8. Ökumenische Fundraisingtag lädt am 30. Mai nach Hannover. Eröffnet wird die Veranstaltung mit einem Gespräch über Vertrauen zwischen Spendern und Organisationen. Eine ganztägige Einführung ins Fundraising wird dieses Mal ebenso geboten wie eine intensive Vermittlung erfolgreicher Gesprächskultur. Denn über Geld spricht man sehr wohl. Weitere Seminare widmen sich Kirchgeldbriefen, Businessplänen und den Unterschieden zwischen Spenden und Stiften.

▶ *www.oekft.de*

Welt:Bürger gefragt!

Die Evangelische Akademie Bad Boll lädt als Veranstalter am 11. April zur Entwicklungspolitischen Landeskonferenz 2015 in die Messe Stuttgart. Hintergrund ist die Entwicklungszusammenarbeit des Landes Baden-Württemberg. Die Landesregierung versucht seit einigen Jahren, die Zivilgesellschaft intensiv an der Gestaltung ihrer Entwicklungspolitik zu beteiligen. Mit der Veranstaltung sollen nicht zuletzt entwicklungspolitisch aktive Organisationen und Initiativen miteinander vernetzt werden. Die Teilnahme an der Konferenz ist kostenlos. Die Anmeldung ist bis zum 5. April möglich.

▶ *www.ev-akademie-boll.de*

Früh buchen lohnt sich! Von Ende Juni bis Anfang Juli gibt es an fünf Tagen wieder die geballte Ladung an Fundraising-Fortbildung mit der Fundraising School der Indiana University in Wien. Während sich der Intensivkurs der ersten drei Tage den Prinzipien und Techniken des Fundraisings ganz allgemein widmet, hat der darauf folgende zweitägige Spezialkurs das Thema Großspenden im Fokus. Referenten sind wie immer Eva Aldrich und Alexander Buchinger. Der „Early Bird" läuft bereits am 15. April aus!

▶ *www.fundraising.at*

Stiftungen auf dem Weg nach Europa

Deutschlands größter Stiftungskongress lädt in diesem Jahr nach Karlsruhe. Unter dem Motto „Auf dem Weg nach Europa – Stiftungen in Deutschland“ findet vom 6. bis 8. Mai der Deutsche Stiftungstag 2015 statt. In vielfältiger Einheit gemäß dem europäischen Geist sollen Stiftungen in Betrachtung ziehen, welche Einflussmöglichkeiten sie geltend machen können bei der Gestaltung eines stabilen Europas. In diesem Zusammenhang kommt auch Karlsruhe als Veranstaltungsort nicht von ungefähr: Im deutsch-französisch-schweizerischen Dreiländereck gelegen, bietet die Stadt europäisches Flair ganz eigener Art.

Den Auftakt macht eine gemeinsame Veranstaltung der Arbeitsgruppe Stiftungen

und Fundraising des Bundesverbands Deutscher Stiftungen mit dem Deutschen Fundraisingverband zum Thema Fehlerkultur. Beleuchtet werden soll dabei, wie man aus Fehlern im Fundraising für Stiftungen lernen kann. Berenike Wiener wird in ihrem Impulsvortrag von ihren Erfahrungen in Sachen Impact Investing berichten. Weitere Themen sind unter anderem wissenschaftliche Nachwuchsförderung, passive Anlagestrategien für Stiftungen sowie Immobilieninvestments.

Eine Besonderheit stellt auch der weibliche Blick dar, in dem die Rolle von Frauenstiftungen in Mittel- und Osteuropa beleuchtet werden soll. Eine Vielzahl informeller Treffen und sportlicher Angebote rundet das Programm ab.

Deutscher Stiftungstag 2015, 6. bis 8. Mai in Karlsruhe.
► *www.stiftungen.org*

Für Gott und die Welt

Fundraising in Kirche und Diakonie steht am 19. Mai in Frankfurt erneut auf dem Plan. Das Fundraising Forum begrüßt dieses Mal unter anderem die Nachrichtenmoderatorin Gundula Gause, die von ehrenamtlichem Engagement in der digitalen Welt berichten wird. Die thematische Breite der Seminare umfasst Aspekte wie Spenderdank, Stiftungen in der Krise, Ehrenamtsförderung, Controlling im Fundraising, die Verbesserung von Kollekten durch Spendentüten und Texten für Flyer. Den Abschluss der Veranstaltung wird Clajo Hermann gestalten, der sich in seinem kabarettistischen Programm im Wortsinn „Über Gott und die Welt“ auslassen wird. Die Tagesmoderation übernimmt Dr. Thomas Kreuzer von der Fundraising Akademie.

Fundraising Forum Frankfurt, 19. Mai 2015, DZ Bank AG in Frankfurt/Main.
► *www.fundraisingforum-frankfurt.de*

Treffen der Alumni-Clubs

Vier Bereiche sind es, in denen die diesjährige acn Konferenz die vielfältigsten Workshops anbietet: Alumni-Management, Career Service, Fundraising und Social Media / Kommunikation bilden die Bandbreite der Themen ab. In Letzterem werden Newsletter ebenso eine Rolle spielen wie das Netzwerk LinkedIn.

Die Internationalität der Referenten zeigt die Notwendigkeit einer breiten Aufstellung im Bereich Alumni-Management. Auch untereinander soll den Teilnehmern die Möglichkeit der Vernetzung gegeben werden. Deshalb werden sie auf eine Bootstour zu den schönsten Schlössern und eine Stadtführung am Sonntag eingeladen. Der Frühbucherrabatt läuft noch bis zum 31. März.

20. acn Konferenz, Forum für Alumni-Management, Career Service und Fundraising, 8. bis 10. Mai in Potsdam
► *www.alumni-clubs.net*

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

Ohne CSR kein Geschäftserfolg?

Ende April kommen in Ludwigsburg bei Stuttgart erneut Vertreter der Wirtschaft mit Vertretern gemeinnütziger Organisationen zum mittlerweile 11. Deutschen CSR-Forum zusammen, dem internationalen Forum für Nachhaltigkeit und Zukunftsfähigkeit. Dabei stellen sich auch einige Unternehmen vor, die im Bereich CSR und Nachhaltigkeit erfolgreich sind, wie beispielsweise die Kräuterhandlung „Sonnentor". Ein Themenblock wird sich der Bürgerpartizipation und der Frage widmen, warum Bürger eigentlich „dagegen" sind. Besondere Aufmerksamkeit erfährt die Problematik weltweiter Textil-Lieferketten, nicht zuletzt vor dem Hintergrund vergangener Ereignisse in Bangladesh und Pakistan. Um die Möglichkeiten der Vernetzung untereinander weiter auszubauen, wird in diesem Jahr mit dem „Podium CSR" in Form von halbstündigen Diskussionsrunden ein neues, zusätzliches Format geboten. Höhepunkt ist auch in diesem Jahr die Gala am Abend des 20. April, in deren Rahmen erneut der Deutsche CSR-Preis verliehen wird. Insgesamt sechs Kategorien warten auf ihre Sieger. Eine dieser Kategorien zeichnet vorbildliche Kooperationen eines Unternehmens mit NGOs / NPOs aus. Nominierte in dieser Kategorie sind C & A, Edeka und Trumpf.

11. Deutsches CSR-Forum, 20. und 21. April 2015 in Ludwigsburg bei Stuttgart ▶ *www.csr-forum.eu*

Erfolg lernen.
www.fundraisingakademie.de

Mein Engagement soll mein Job werden!

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

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

fundraising akademie

Fundraising Akademie • Emil-von-Behring-Straße 3 • 60439 Frankfurt/Main • Tel: 069-580 98-124

▶ www.fundraisingakademie.de

Dank solarbetriebener Laternen, mit denen gleichzeitig auch Mobiltelefone aufgeladen werden können, müssen Menschen in Flüchtlingslagern am Abend und in der Nacht nicht im Dunkeln sitzen (Foto). Die IKEA Foundation startete am 1. Februar wieder ihre Kampagne „Ein Licht für eine bessere Zukunft", mit der Spenden für UNHCR, das Flüchtlingshilfswerk der Vereinten Nationen, gesammelt werden. Dieses erhält von der IKEA-Foundation für jede LED-Lampe, die bis zum 28. März beim schwedischen Möbelriesen gekauft wurde, einen Euro. Die Aktion ermöglicht es zum Beispiel Kindern, auch abends zu lernen. Zudem können Straßenbeleuchtungen installiert werden. Im letzten Jahr kamen bei der Kampagne 7,7 Millionen Euro zusammen, die mehr als 11.000 Menschen im jordanischen Flüchtlingslager Al Azraq zugute kamen.

► *www.ikeafoundation.org*

Gute Ideen für Kinder in Not

Benachteiligte oder kranke Kinder haben es meist besonders schwer, ihren Platz im Leben zu finden. Die Town & Country Stiftung schreibt deshalb auch in diesem Jahr wieder einen Stiftungspreis für regionale gemeinnützige Organisationen und Vereine in ganz Deutschland aus, die Ideen und Projekte haben, welche diese Kinder unterstützen. Insgesamt 230.000 Euro stehen für 16 Preisträger aus den einzelnen Bundesländern bereit. Außerdem dürfen sich die ersten 300 Bewerber auf jeweils 500 Euro freuen. Schnell sein lohnt sich also. Die Bewerbungsphase läuft bis zum 10. Mai.

Die Town & Country Stiftung gibt es seit 2009. Sie steht Familien zur Seite, die ein Haus bauen oder besitzen und ohne eigenes Verschulden in Notsituationen geraten sind. Die Stiftung hilft möglichst unbürokratisch und zielgerichtet dabei, dass die betroffenen Familien ihr eigenes Heim behalten können. Mögliche Wege aus der Krise können zum Beispiel eine professionelle Schuldenberatung oder direkte finanzielle Hilfe sein.

► *www.tc-stiftung.de*

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

Weiterhin Spendensiegel für Äthiopienhilfe

Die Stiftung Menschen für Menschen des im vergangenen Jahr verstorbenen Schauspielers Karlheinz Böhm darf auch 2015 das DZI-Spendensiegel, das vom Deutschen Zentralinstitut für soziale Fragen vergeben wird, führen. Damit darf die Stiftung, die Hilfe zur Selbsthilfe in Äthiopien leistet, dieses Gütesiegel seit 1993 ununterbrochen tragen. Gegründet wurde Menschen für Menschen bereits 1981. Anlass war eine gewonnene Wette Böhms in der Fernsehshow „Wetten dass ...?", in deren Folge er persönlich mit 1,2 Millionen DM Spenden nach Äthiopien reiste.

► *www.menschenfuermenschen.de*

Deutsche Schulakademie gegründet

Um das Wissen und die Erfahrungen der Träger des Deutschen Schulpreises auch anderen Schulen zugänglich zu machen, haben die Robert Bosch Stiftung und die Heidehof Stiftung im Januar die Deutsche Schulakademie gegründet. Die unabhängige Institution richtet sich nicht nur an Schulen in ganz Deutschland, sondern auch an Ministerien, Kommunen, Lehrerfortbildungsinstitute und private Schulträger. Geschäftsführer sind der Bildungsforscher Prof. Hans Anand Pant und Dr. Roman Rösch, der den Schulpreis verantwortet und gestaltet hat.

► *www.deutsche-schulakademie.de*

Finanzielle Hilfe für 81 Kirchen

Die Stiftung zur Bewahrung kirchlicher Baudenkmäler in Deutschland (Stiftung KiBa) unterstützt in diesem Jahr 81 Projekte in ganz Deutschland, davon 65 in den östlichen und 16 in den westlichen Bundesländern. Zwischen 6000 und 20.000 Euro fließen je nach Bedarf in die geförderten Gemeinden. Die meisten von ihnen befinden sich in Mecklenburg-Vorpommern und Brandenburg, gefolgt von Thüringen und Sachsen-Anhalt. Aber auch Gotteshäuser in Hessen, Niedersachsen und Schleswig-Holstein wurden aus den insgesamt 195 Anträgen ausgewählt.

► *www.stiftung-kiba.de*

Bildungsmagazin des Stifterverbands jetzt auch digital

„Carta 2020", das Bildungsmagazin des Stifterverbands für die deutsche Wissenschaft, ist jetzt auch in einer Online-Ausgabe erhältlich. Sie führt die Inhalte des gedruckten Hefts weiter, das der Gesamtauflage der „Zeit" beiliegt. So findet der Leser online mehr Details und Hintergrundinformationen sowie mehr Zahlen und Fakten. Schwerpunkte 2015 sind die Themen internationale Bildung sowie zukunftsweisende Internationalisierungs-Strategien deutscher Hochschulen.

► *www.carta2020.de*

Chamisso-Preis an deutsch-irakischen Schriftsteller

Der Schriftsteller Sherko Fatah wurde am 5. März in der Allerheiligen-Hofkirche der Münchner Residenz mit dem Adelbert-von-Chamisso-Preis der Robert Bosch Stiftung geehrt. Die Auszeichnung ist mit 15.000 Euro dotiert und wird an Autoren, die auf Deutsch schreiben und sich mit dem Thema des Kulturwechsels beschäftigen, vergeben. Fatah stammt aus Ost-Berlin, sein Vater ist irakischer Kurde, die Mutter ist Deutsche. Die Jury würdigte sein Gesamtwerk und insbesondere seinen aktuellen Roman „Der letzte Ort".

► *www.bosch-stiftung.de*

Maecenata Stiftung auch weiter in München ansässig

Obwohl die Maecenata Stiftung Anfang des Jahres ein weiteres ihrer Programme nach Berlin verlegt hat, bleibt ihr Sitz am Gründungsort München. Der Eindruck, die Stiftung sei jetzt in Berlin ansässig, war entstanden, weil nun auch das Programm „Transnational Giving" von hier aus betreut wird. Darüber hinaus befindet sich auch das Maecenata Institut für Philanthropie und Zivilgesellschaft, das ebenfalls in die Stiftung eingegliedert ist, schon seit seiner Gründung 1997 in der deutschen Hauptstadt.

► *www.maecenata.eu*

Der deutsche Stiftungssektor wächst

Im letzten Jahr wurden 691 Stiftungen und damit 53 mehr als 2013 neu gegründet. Spitzenreiter ist Nordrhein-Westfalen mit 159. Mit insgesamt 20 784 rechtsfähigen Stiftungen bürgerlichen Rechts ist Deutschland auch künftig das Land mit den meisten Stiftungen in Europa. Sie verfügen über ein Gesamtvermögen von rund 100 Milliarden Euro. Diese Zahlen gab der Bundesverband Deutscher Stiftungen im Februar bekannt. Er wagte bei seiner Jahrespressekonferenz auch einen Ausblick: 2015 werden demnach neben der klassischen rechtsfähigen Stiftung alternative Formen wie Treuhandstiftungen und Stiftungsfonds ein Thema sein. Große Stiftungen legten ihr Vermögen aufgrund der niedrigen Zinsen außerdem häufiger in Aktien und Immobilien an, wie Prof. Dr. Hans Fleischer, Generalsekretär des Bundesverbandes, mitteilte. Um ihre Einnahmen zu sichern, arbeiteten Stiftungen auch stärker in den Bereichen Fundraising und Kooperationen.

► *www.stiftungen.org*

Jedes Jahr bekommen in Deutschland rund 2000 Kinder die Diagnose Krebs gestellt. Unterstützt werden sie von der Deutschen Kinderkrebsstiftung, für die einmal im Jahr bei der „Regenbogenfahrt" rund 50 Teilnehmer in die Pedale treten und 600 Kilometer durch Deutschland radeln (Foto). Auf ihrem Weg besuchen die Fahrer, die alle selbst schon einmal an Krebs erkrankt waren, die jungen Patienten in verschiedenen Behandlungszentren. Nun wird das Projekt am 13. Mai in Berlin mit dem Publikumspreis des Aspirin Sozialpreises 2015, der auf 5.000 Euro dotiert ist, ausgezeichnet; 1.282 von 8.571 Teilnehmern eines Online-Votings wählten die „Regenbogenfahrt".

► *www.regenbogenfahrt.de*

Mehr Hilfe für Freiwillige vor Ort

Mit dem neuen Förderprogramm „Engagierte Stadt" soll bürgerschaftliches Engagement vor Ort gestärkt werden. Dafür stehen in den nächsten drei Jahren insgesamt bis zu drei Millionen Euro für Kommunen mit 10.000 bis 100.000 Einwohnern bereit. Ziel ist es, Einrichtungen wie zum Beispiel soziokulturelle Zentren, Selbsthilfekontaktstellen, Freiwilligenagenturen oder auch Bürgerstiftungen zu beraten und ihnen finanziell zu helfen, damit sie ihr lokales Engagement weiterführen können. Träger der Initiative sind verschiedene Stiftungen, darunter die Bertelsmann Stiftung und die Herbert Quandt-Stiftung, sowie das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.

► *www.engagiertestadt.de*

Advertorial

Aktuell: Stiftung und Sponsoring

Das Magazin „Stiftung & Sponsoring" geht in seiner aktuellen Ausgabe der Frage nach: „Worum geht es eigentlich? Der Mensch im Mittelpunkt". Egal ob als Stifter, Förderer, Spender, Hilfeempfänger oder Mitstreiter, um den Menschen dreht sich die Stiftungswelt. Bahnchef Rüdiger Grube äußert sich im Gespräch zu den Leitlinien der Deutsche Bahn Stiftung, bei der das Motto „Jeder Mensch zählt" Kernanliegen ist und damit in der Tradition der Eisenbahn in Deutschland steht, wo Solidarität und soziale Verantwortung schon immer einen hohen Stellwert haben. Weiterhin informiert das Magazin über gemeinnützige Unternehmergesellschaften, die eine sinnvolle Alternative zu Verein, Stiftung und GmbH sein können. Auf den Roten Seiten dreht sich diesmal alles um Crowdfunding und Crowdinvesting. Dabei werden von den Autoren Christoph Regierer, Moritz J. Mühling und Oliver Haupt auch Aspekte des Gemeinnützigkeitsrechts, des Prospektrechts, des Finanzaufsichts- und des Vertragsrechts beleuchtet.

► *www.stiftung-sponsoring.de*

Alle an einem Tisch

Die Bürgerstiftung Stuttgart hilft Ehrenamtlichen in der Flüchtlingsarbeit

Zum 16. Mal vergibt die Stiftung Aktive Bürgerschaft einen Förderpreis an Bürgerstiftungen aus ganz Deutschland, um damit deren besonderes gesellschaftliches Engagement zu würdigen. Zur Preisverleihung am 20. März in Berlin erhält die Bürgerstiftung Stuttgart die mit insgesamt 40 000 Euro dotierte Auszeichnung in der Kategorie „mitBestimmen“.

Von UTE NITZSCHE

Wer ehrenamtlich Flüchtlingen helfen will, sieht sich nicht selten vor Probleme gestellt. Sprachbarrieren sind zu überwinden, die Begleitung auf Ämter will organisiert sein und der richtige Umgang mit schwer traumatisierten Menschen ist alles andere als einfach. Und nicht selten sind es die kleinen Hürden des Alltags, die sich zu großen Hindernissen auftürmen, etwa wenn das nötige Kleingeld für die Fahrkarte zu einem Deutschkurs fehlt oder ein Flüchtlingskind kurzfristig eine Hausaufgabenhilfe benötigt.

Um Freiwillige in ihrer täglichen Arbeit zu unterstützen, griff die Bürgerstiftung Stuttgart deshalb auf ein bewährtes Instrument zurück, bei dem sich Haupt- und Ehrenamtliche auf Augenhöhe begegneten, um gemeinsame Wege zu gehen: Wie bei jedem ihrer Projekte rief sie einen Runden Tisch ins Leben, an dem 35 verschiedene Akteure teilgenommen haben. Es kamen nicht nur Mitarbeiter des Sozialamtes und die Träger der Unterkünfte zusammen, sondern auch Vereine, Stuttgarter Stiftungen und Kirchgemeinden, die allesamt in die Arbeit mit Flüchtlingen eingebunden sind. Auf diese Weise werden die Ideen und die Innovationskraft aller, die im Bereich der Flüchtlingsarbeit tätig sind, genutzt.

Nach Stuttgart kamen 2014 knapp 3 000 Personen, die aus Krisen- und Kriegsgebieten geflohen sind; bis Ende 2015 werden schätzungsweise rund 4 000 Vertriebene in der 600 000-Einwohner-Stadt am Neckar leben. Seit jeher sind die Stuttgarter Bürger sehr engagiert, rund 800 bis 1 000 von ihnen helfen freiwillig Einwanderern, die ihre Heimat verlassen mussten. Es herrscht eine ausgeprägte Willkommenskultur, sodass die Bürgerstiftung, die sich gemäß ihrer eigenen Satzung der Förderung der ehrenamtlichen Arbeit verpflichtet, mit ihrer Idee „offene Türen eingerannt hat“, wie Geschäftsführerin Irene Armbruster sagt. Die 2001 gegründete Stiftung, bei der dreißig Ehrenamtliche und vier Hauptamtliche beschäftigt sind, verfügt aktuell über ein Vermögen von 6,5 Millionen Euro; pro Jahr fließen 225 000 Euro in gemeinnützige Projekte in Stuttgart (Stand Dezember 2014).

Ein Anlaufpunkt, an dem die Helfer zusammenkommen, sich informieren, Erfahrungen austauschen und sich gegenseitig unterstützen können, fehlte jedoch bislang. Die vielen bereits vorhandenen Ressourcen, wie zum Beispiel Angebote der Caritas zur kulturellen Bildung, Anwälte, die sich mit Asylrecht auskennen und zu denen über den Flüchtlingsrat Kontakt hergestellt werden kann oder Referenten für das Fach Deutsch als Fremdsprache, die das Schulamt vermittelt, bedurften einer Plattform, auf der sie sichtbar werden, auf die Ehrenamtliche unkompliziert zugreifen und wo sie sich austauschen können.

Am Runden Tisch einigte man sich deshalb darauf, eine Koordinierungsstelle einzurichten, welche die Organisation der Fort- und Weiterbildung der freiwilligen Helfer übernimmt, alle Akteure vernetzt, darauf achtet, wo was benötigt wird und auch neue Ideen entwickelt. In Vorgesprächen konnte der Initiativkreis Stuttgarter Stiftungen e. V. überzeugt werden, dieses Projekt zu unterstützen. Daran beteiligt sind neben der Bürgerstiftung Stuttgart noch fünf weitere Stiftungen aus der baden-württembergischen Landeshauptstadt. Bereitgestellt werden 150 000 Euro für drei Jahre, finanziert wird eine 75-Prozent-Stelle für den Bereich Fort- und Weiterbildung. Die Bürgerstiftung fungiert dabei als Anlaufstelle, wirbt die Mittel ein, organisiert, lädt ein und bäckt vor einem Treffen auch mal die Butterbrezeln für alle.

Außerdem wurde ein Fonds eingerichtet, mit dem Hilfe auf kurzem Weg abgerufen

werden kann, zum Beispiel wenn ein neues Schulbuch oder Fußballschuhe für eine ganze Mannschaft gebraucht werden. „In einer Kommune wie Stuttgart ist es sinnvoll, alle Akteure, die in der Flüchtlingshilfe arbeiten, zusammenzubringen und das Know-how zu bündeln“, sagt Irene Armbruster. „Unser Ziel war es, damit das Ehrenamt in der Flüchtlingsarbeit zu stärken und diese in die Öffentlichkeit hinauszutragen. Ehrenamtliche sind wichtige Multiplikatoren in die Gesellschaft hinein, denn Vorurteile und Rassismus entstehen vor allem bei Leuten, die noch niemals im Leben einen Flüchtling gesehen haben“, erklärt sie. Die vielen Freiwilligen sieht Irene Armbruster dabei als „Door Opener“, als Türöffner, die mit den Menschen aus den Flüchtlingsheimen schon kurz nach deren Ankunft in die Öffentlichkeit gehen. Denn sie ist sich sicher: „Kommunikation findet zu allererst und einzig und allein über persönliche Kontakte statt.“

▶ *www.buergerstiftung-stuttgart.de*
▶ *www.aktive-buergerschaft.de/foerderpreis*

stiftungschweiz.ch

DIE SCHWEIZER STIFTUNGSPLATTFORM

Suchen Sie eine Förderstiftung in der Schweiz? Oder stehen Sie vor der Aufgabe, eine geeignete Stiftung für ein Projekt zu finden?

StiftungSchweiz.ch unterstützt Sie bei dieser Aufgabe!

Die ideale Plattform, um nach geeigneten Projekt- und Stiftungspartnern in der Schweiz zu suchen.

Jetzt anmelden unter:
www.stiftungschweiz.ch

13'000 STIFTUNGEN AUF EINEN BLICK
Fördernd und operativ

EIN INSTRUMENT MIT BREITEM NUTZEN
Für Fundraiser, Gesuchsteller, Stifter, Stiftungsräte, Anwälte, Notare, Treuhänder, Berater, Forschende usw.

UNTERSCHIEDLICHE LEISTUNGSPAKETE
Je nach Nutzungsbedarf

Bei Niedrigzinsen ist Umdenken gefragt

Stiftungsgelder richtig angelegt

Niedrige Zinsen und ein im Vergleich zum Euro starker US-Dollar charakterisieren derzeit die Finanzmärkte. Was Stiftungen jetzt tun sollten, um ihr Vermögen zukunftssicher zu machen.

Von DR. FRANK GEILFUSS

Die anhaltende Niedrigzinsphase in Europa stellt vor allem kleinere Stiftungen immer stärker vor Probleme bei der Geldanlage. Um den Stiftungszweck langfristig in allen Belangen erfüllen zu können, muss das Vermögen dauerhaft gesichert und größere Risiken vermieden werden. Dies wird aber angesichts seit Jahren abnehmender Zinserträge immer schwieriger. Der Bundesverband Deutscher Stiftungen ist alarmiert und meldet rückläufige Renditen. Wenn der durchschnittliche Ertrag im Jahr 2008 noch bei rund 4,5 Prozent pro Jahr lag, sind es heute weniger als 3 Prozent. Und dies, obwohl nicht wenige Stiftungen inzwischen auch in risikoreichere Anlagen investiert haben. In einem Umfeld, in dem der Ertrag einer klassischen Anlage in Staatsanleihen nicht einmal die geringe Inflation und die Kosten der Verwaltung einbringt, ist es höchste Zeit, über Alternativen nachzudenken. Die auch schon früher angezeigte Diversifizierung der Gelder, also die Ausweitung auf unterschiedliche Anlageformen und Finanzdienstleister, wird nötiger denn je; eine Beschäftigung mit den verschiedenen Chancen und Risiken bei der Geldanlage ist unausweichlich. Ein klares Vermögenskonzept muss eventuell auch unter Einbeziehung von Fachleuten erstellt werden, insbesondere auch, weil immer noch weniger als die Hälfte aller Stiftungen in Deutschland über derlei Anlagerichtlinien verfügt.

Als ob dies nicht schon Herausforderung genug wäre, könnte das Jahr 2015 stärker als bisher auch noch von auseinanderdriftenden Zinsen und Wechselkursen bestimmt werden. Die Europäische Zentralbank wird 2015 ihre Bilanz wie geplant nochmals ausweiten, während die US-Notenbank vorsichtig beginnen wird, die Zinsen zu erhöhen. Dies dürfte zu einem leichten Anstieg der US-Renditen führen, während wir für Bundesanleihen auf dem extrem niedrigen Niveau keine wesentlichen Renditeveränderungen mehr sehen. Wir erwarten daher, dass der US-Dollar zunächst weiter moderat an Wert gewinnt. Der Einlagenzins der EZB in der Eurozone ist bereits negativ, sodass es besonders für ausländische Investoren wenig attraktiv ist, Liquidität in Euro vorzuhalten. Darüber hinaus sind die Wachstumsperspektiven für die US-Wirtschaft wesentlich positiver als jene für die Eurozone. Im Umkehrschluss dürfte sich der starke US-Dollar jedoch negativ auf die Unternehmensgewinne amerikanischer Gesellschaften auswirken und die Gewinnentwicklung exportierender europäischer Unternehmen eher positiv beeinflussen. Da die Gewinne der Unternehmen bereits seit Jahren stärker steigen als die Kurse an den Aktienmärkten, werden trotz des Erreichens neuer historischer Höchststände die Aktien mehrheitlich noch nicht als teuer bewertet.

Unter anderem auch deshalb besteht 2015 das größte Überraschungspotenzial in Europa, wo die Mehrzahl der Prognosen noch sehr verhalten ist. Die Effekte des gesunkenen Ölpreises und die verbesserte preisliche Wettbewerbsfähigkeit aufgrund

der Dollarstärke können sich in einem idealen Umfeld deutlicher bemerkbar machen als bisher vermutet. Bereits heute ist die Dividendenrendite der im Deutschen Aktienindex versammelten 30 großen Unternehmen fast sechs mal so hoch wie die Rendite zehnjähriger Bundesanleihen.

Heterogener als bisher dürfte sich die Entwicklung in den Schwellenländern darstellen. Das eingeführte Akronym BRIC für die Staaten Brasilien, Russland, Indien und China ist zwischenzeitlich nicht mehr haltbar. Zu sehr unterscheidet sich der Trend in Russland und Brasilien von dem in China und Indien. Regionale und sektorale Allokation (Aufteilung) werden neben der Definition der Währungen also ebenfalls wieder wichtiger für die Anlageentscheidungen. Angesichts ungewöhnlich stark sinkender Rohstoffpreise gehen die Inflationserwartungen weiter zurück. Inzwischen wird in nahezu allen großen Währungsräumen versucht, Inflation nach dem japanischen Modell durch eine billigend in Kauf genommene Währungsabschwächung zu importieren.

Bei einer anhaltend niedrigen Inflation, nicht oder nur zaghaft steigenden Zinsen und fortgesetzter geldpolitischer Unterstützung sollten jedoch die Gewinne der Unternehmen weiter moderat erhöht werden können und Aktien oder auch Immobilien eine ansehnliche Rendite abwerfen. Angesichts einer Vielzahl denkbarer und schlimmer noch, unerwarteter Belastungen gehört zu den wichtigsten Aufgaben der Anlageausschüsse von Stiftungen und der Vermögensverwalter die ständige Überprüfung der gewählten Portfolio-Diversifikation. Damit ist die Verteilung der Mittel auf verschiedene Anlageklassen, auch bezeichnet als Assetklassen, gemeint. Entscheidend bleibt es in den kommenden Jahren, deren Gewicht in den Depots je nach Veränderung der Rahmenbedingungen aktiv anzupassen. Wer eine höhere Rendite anstrebt, muss letztlich bereit sein, riskantere und schwankungsintensivere Anlagen zu erwerben.

Dr. Frank Geilfuss *ist Leiter der Vermögensverwaltung der Bankhaus Löbbecke AG und kann auf 23 Jahre Berufserfahrung als Analyst und Volkswirt im Finanzwesen sowie auf zwei Jahrzehnte Erfahrung in der kapitalmarktrelevanten Öffentlichkeitsarbeit verweisen. Er ist Mitglied der Deutschen Vereinigung für Finanzanalyse – Schmalenbach Gesellschaft und der wirtschaftswissenschaftlichen Gesellschaft der Humboldt Universität. Darüber hinaus ist Frank Geilfuss Dozent an der Steinbeis-Hochschule und der SRH Hochschule.*

► *www.bankhaus-loebbecke.de*

Unverzichtbar für Fördersuchende

Verzeichnis Deutscher Stiftungen – das bundesweite Stiftungsregister!

Band 1–3: Das umfangreichste, aktuellste Stiftungsregister in Deutschland. Informationen zur vielfältigen deutschen Stiftungslandschaft mit mehr als 22.700 Stiftungsporträts und Hinweisen auf Projekte und Förderbedingungen. **Band 3:** Register nach Satzungszwecken und Orten. **CD-ROM:** Das komplette Verzeichnis mit umfangreichen Suchmöglichkeiten und Links zu den Internetseiten der Stiftungen. **Herausgeber:** Bundesverband Deutscher Stiftungen

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

Große Projekte brauchen Spenden von überall her

Transnational Giving Europe hilft beim Wiederaufbau des Berliner Schlosses

Vor 20 Jahren begann der Kampf um den Wiederaufbau des Berliner Schlosses. Eine Fassade aus Plastik-Planen zeigte aller Welt, wie sich der Mittelpunkt Berlins zu seinem Vorteil verändern würde, wenn dort statt einer leeren Fläche wieder das Gebäude stünde, das 1950 gesprengt worden war, obwohl die Kriegsschäden hätten behoben werden können.

Von WILHELM VON BODDIEN und RUPERT GRAF STRACHWITZ

Ein Kulturdenkmal allerhöchsten Ranges schien verloren. Eine Bürgerinitiative führte den Kampf um die Wiederherstellung. Er war lang und schwer. Gerungen wurde um das ‚Ob' und das ‚Wie'. Um jede Einzelheit wurde öffentlich gestritten. Der Förderverein Berliner Schloss ließ nicht locker. Aus dem Schloss wurde „das Humboldt-Forum in der Gestalt des Schlosses". Das war die rettende Idee. Schließlich bewilligte der Bundestag die Mittel für den Bau des Forums. Der Förderverein muss für die Mehrkosten aufkommen, die durch die Rekonstruktion der historischen Fassade entstehen – eine riesige Herausforderung und eine einzigartige Public-Private-Partnership.

Seit zuerst über das Projekt nachgedacht wurde, hat sich das Umfeld komplett verändert. Aus einer Stadt, die gerade begann, Krieg, Teilung und Mauerzeit zu überwinden, ist eine der angesagtesten Metropolen der Welt geworden. Von überall kommen die Menschen, um das neue Berlin zu erleben. In den Köpfen der Menschen sind Grenzen gefallen, und wie kaum ein anderes Projekt in der Stadt steht das Humboldt-Forum nicht nur für einen städtebaulichen Akzent, sondern für die Hinwendung zur Welt. Deutschlands kulturelles Erbe öffnet sich der modernen Weltgesellschaft.

Mittlerweile steht der Rohbau. Handwerker sind schon dabei, barocke Fassadenelemente nachzuformen. Der Förderverein hat für das Projekt bisher rund 40 Millionen Euro bereitgestellt. 60 Millionen werden noch gebraucht. Aus der ganzen Welt tragen Menschen und Unternehmen dazu bei. Wenn 150 000 Spender je 400 Euro spenden, ist es geschafft.

Alle Spender bekommen selbstverständlich eine Spendenquittung. Aber bekannt-

lich gilt das Spenden über Grenzen hinweg nach wie vor als schwierig. Nur in ganz wenigen Ländern erkennen die Finanzämter ausländische Spendenquittungen als steuermindernd an. Deswegen bedient sich der Förderverein wie viele andere Spender und Empfänger des europäischen Stiftungsnetzwerks Transnational Giving Europe (TGE). Das 1999 gegründete Netzwerk umfasst heute 18 Partner. Deutscher Partner ist die Maecenata Stiftung, München/Berlin. Die Partner unterstützen sich gegenseitig dabei, Spender zu beraten, Empfängerorganisationen zu prüfen und Spenden zweckgebunden entgegenzunehmen. Des Weiteren werden den Spendern Spendenquittungen in ihrem Heimatland ausgestellt, die Spenden an die Empfänger im Ausland weitergeleitet und die vorgeschriebenen Rechenschaftsberichte beigebracht. Das Verfahren funktioniert in- und außerhalb Europas, ist mit den Finanzverwaltungen abgestimmt und mehrfach ohne Beanstandungen überprüft worden. Die Partnerstiftungen beteiligen sich nicht an der Einwerbung von Spenden und entscheiden nicht über deren Verwendung, sondern erfüllen den Willen der Spender. Universitäten und Schulen, Kultureinrichtungen, Klöster und Non-Profit-Organisationen jeder Art weltweit greifen schon seit Jahren auf dieses Netzwerk zurück, um ihren Spendern im Ausland eine verwertbare Spendenquittung zusagen zu können, darunter auch der Förderverein Berliner Schloss.

Es geht dabei um mehr als steuerliche Vorteile oder verlässliche Rechenschaftslegung. Das Humboldt-Forum wird sich der Gemeinschaft der Völker widmen und in einer neuen, jungen Sprache Menschen aus aller Welt ansprechen. Schon läuft weltweit die Suche nach einem Intendanten. Deswegen ist es entscheidend, dass auch die Bürgerinitiative, die für die Hülle sorgt, die Welt vertritt, auch wenn das wohlhabende Deutschland gewiss den Löwenanteil der Finanzierung schultern kann. Daher hat die Zusammenarbeit zwischen dem Förderverein Berliner Schloss und dem Netzwerk Transnational Giving Europe auch symbolischen Charakter. Beide Partner arbeiten viel mit lokalen Initiativen zusammen, und die Maecenata Stiftung hat meist mehr mit deutschen Spendern zu tun als mit deutschen Empfängern ausländischer Spenden. Aber an diesem Großprojekt wird sich mehr als sonstwo erweisen, wie unwichtig beim Spenden nationale Grenzen sind und wie sehr Berlin eine Weltstadt geworden ist.

***Wilhelm von Boddien**, (links) Gründer und nun Geschäftsführer des Fördervereins Berliner Schloss e. V., kämpft seit 20 Jahren politisch und als Fundraiser für den Wiederaufbau des Berliner Schlosses.*

***Dr. Rupert Graf Strachwitz**, Vorstand der Maecenata Stiftung, München/Berlin, erarbeitete für Deutschland seit 1999 das internationale Spendentransferprogramm und ist seitdem dafür verantwortlich.*

- *www.berliner-schloss.de*
- *www.transnationalgiving.de*

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

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

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

alumni-clubs.net

20. acn Konferenz

8.-10. Mai 2015

Universität Potsdam

Forum für Alumni-Management
Career Service
Fundraising
Marketing

www.alumni-clubs.net

Wegweiser zum Fördertopf

Diese Orientierungshilfe für Vereine und Organisationen des gesellschaftspolitischen Bereiches weist einen Weg durch den Dschungel der Finanzierungsmöglichkeiten hin zum passenden Fördertopf. Die aktualisierte 12. Auflage integriert eine Schlagwortsuche, die das Auffinden von Förderinstitutionen noch leichter macht. Neben den nötigen Kontaktdaten finden sich jeweils geförderte Gruppen oder Projekte und Details zur erfolgreichen Antragstellung. Zusätzlichen Service bietet eine Auflistung von Stiftungsübersichten im Internet.

Fördertöpfe für Vereine, selbstorganisierte Projekte und politische Initiativen. Netzwerk Selbsthilfe e. V. 12. Auflage. 2014. 208 Seiten. 20,00 € zzgl. Porto. Zu beziehen über den Verein unter www.netzwerk-selbsthilfe.de.

Urform des Verbandswesens

Gut ein Viertel aller Vereine in Deutschland, nämlich rund 150 000, sind Sportvereine. Stetig steigende Mitgliederzahlen erfordern die beständige Aktualisierung der organisatorischen Rahmenbedingungen. Dabei gilt es stets, eine Balance zwischen den Vorstellungen der Vereinsmitglieder und denen der Geschäftsführung zu finden. Zwangsläufig führt das zu einer weiteren Differentierung der Grundstrukturen innerhalb der Mitgliederorganisation. Was hier für Sportvereine formuliert wird, kann auf jede Form des Vereins übertragen werden.

Thomas Dehesselles, Catharina Voß. Die Mediatisierung von Mitgliederrechten im Verein. Strukturierung der Mitgliedschaften im Großverein. Nomos Verlag. 2014. 82 Seiten. ISBN: 9783848718634. 29,00 €.

Vereinsvorstand ist machbar

Machen wir uns nichts vor: Vereinsvorstand ist nicht gerade der dankbarste Job. Die Aufgabenbereiche gestalten sich nicht selten komplex und sind stetigem Wandel unterworfen, wie beispielsweise die Neuerung des Mindestlohns zeigt, der sich eben auch auf das Ehrenamt auswirkt. Um dennoch den lohnenswerten Charakter des Engagements im Vereinsvorstand zu verdeutlichen und die Sinnhaftigkeit demokratischer Willensbildung zu verstärken, hat die Stiftung Mitarbeit eine Handreichung für Vereinsvorstände vorgelegt. Darin werden eine Vielzahl einzelner Aspekte angerissen, wie Kommunikation und Transparenz, Gemeinnützigkeit und Haftung im Verein, aber vor allem auch der stetige Wandel in den Strukturen, Herausforderungen in der Führung und erfolgreiche Konfliktbewältigung. Dabei geht der Blick auch in die Zukunft, wenn die Problematik der Jugendarbeit aufgegriffen wird und die Rede von „Vitalisierung durch Virtualisierung" ist. Der Anhang bietet für Neulinge im Vorstand nützliche Checklisten, die helfen, Soll- von Ist-Zuständen in den jeweiligen Vereinsstrukturen klar zu unterscheiden. Mittels eines mehrschrittigen Modells kann zusätzlich sinnvolle Arbeitsteilung innerhalb des Vorstandes erreicht werden. Dieses Buch will ganz klar eine Lanze brechen für vereinsinternes Engagement und gleichzeitig Mut machen, Vorstandsaufgaben zu übernehmen und die Komplexität der Herausforderungen als Bereicherung für die eigenen beruflichen Kompetenzen zu betrachten.

Rico Stehfest

Perspektiven entwickeln – Veränderungen gestalten. Eine Handreichung für Vereinsvorstände. Stiftung Mitarbeit. 2015. 183 Seiten. ISBN: 9783941143203. 12,00 €. Aktuell beziehbar über die Stiftung unter www.mitarbeit.de

Gutes Gefühl

Dass dieses Buch sich schon in der Hand anders anfühlt – nämlich rau mit einzelnen glatten Flächen –, ist naheliegend, denn in „Touch!“ geht es um Haptik. Die beiden Autoren zeigen, wie Fühlen und Betasten gezielt im Marketing eingesetzt werden können. Sie bedienen sich dabei Erkenntnissen aus der Neurowissenschaft, der Verhaltensökonomie, der Sensorikforschung und der Psychologie. Mit vielen anschaulichen Beispielen aus der Praxis (Kaktus, Smartphone, Luftmatratze etc.) zeigen sie, wie man die Aufmerksamkeit steigert und den Haptik-Effekt nicht nur bei Verpackungen einsetzen kann, sondern zum Beispiel auch bei Mailings, Print- und Radiowerbung oder auf Messen und Events. In einem Exkurs widmen sich die Autoren dem Thema „Ethik und multisensorisches Marketing“ und gehen dabei auch auf die menschliche Hand und die Haut als wichtigste Instrumente des Fühlens ein.

Olaf Hartmann, Sebastian Haupt. Touch! Der Haptik-Effekt im multisensorischen Marketing. Haufe Verlag. 2014. 330 Seiten. ISBN: 9783648055090. 39,95 €.

Leben eines Wohltäters

Auch wenn der Name Karl August Lingner vielleicht nicht jedem ein Begriff ist, so dürfte doch der Markenname „Odol“ weithin bekannt sein. Der Unternehmer, der erstmals Mundwasser herstellte und damit einen großen Beitrag zur Hygiene breiter Bevölkerungsschichten am Ende des 19. Jahrhunderts leistete, setzte einen Großteil seines Vermögens für gemeinnützige Zwecke ein. Das Buch ist daher nicht nur Biografie, sondern macht auch an bedeutenden Stationen seiner wohltätigen Aktivitäten halt, wie die Gründung der „Centralstelle für Zahnhygiene“ in Dresden oder die Dresdner Lesehalle, einer wissenschaftlichen Bibliothek, die der allgemeinen Öffentlichkeit zugänglich war. Die erste Auflage des Buches erschien 2007. Mittlerweile konnte Autor Ulf-Norbert Funke neue Details zu Lingners Leben sammeln, die in das Kapitel „Neuigkeiten aus der Lingnerforschung“ Eingang gefunden haben.

Ulf-Norbert Funke. Leben und Wirken von Karl August Lingner. Lingners Weg vom Handlungsgehilfen zum Großindustriellen. Diplomica Verlag GmbH. 2014. 136 Seiten. ISBN: 9783842877719. 44,90 €.

Schnelles Nachschlagewerk

Um sich innerhalb des komplexen Themenfeldes der Stiftungen zurechtzufinden, braucht es oft kompetente Hilfe, die übersichtlich aufbereitet und in der Praxis schnell zur Hand ist. Das Handbuch von Lieselotte Otto wurde deshalb gründlich überarbeitet und liegt nun in der zweiten Auflage vor. Die Herausgeberin und Autorin berät als Rechtsanwältin und Steuerberaterin seit Jahren Stifter und Stiftungen in rechtlichen, steuerlichen und bilanzrechtlichen Fragen. Für die Neuauflage hat sie sich Unterstützung von weiteren Experten geholt. So informiert Fabian Schmitt-Homann über Stiftungssteuerrecht, Professor Olaf Gierhake beleuchtet das Thema Stiftungen im Ausland und Daniel Wolf steuert das Kapitel „Rechnungswesen, Rechnungslegung und Prüfung“ bei. Ein schnelles Nachschlagewerk ist das „ABC der Stiftung“, dem ebenfalls ein eigenes Kapitel gewidmet ist. Von A wie Admassierungsverbot bis Z wie Zweckvermögen findet der Leser hier Begriffserklärungen wichtiger Schlagworte und Fachwörter. Besonders der letzte Teil des Buches richtet sich an Praktiker. Neben zahlreichen Mustern und Formularen finden sich hier auch Gesetze und Verordnungen zum schnellen Nachschlagen.

Dr. Lieselotte Otto. Handbuch der Stiftungspraxis. Stiftungsrecht, Steuerrecht und Rechnungslegung bei Stiftungen. 2. überarbeitete und erweiterte Auflage. Carl Heymanns Verlag. 2015. 600 Seiten. ISBN: 9783452280442. 109,00 €.

Förderlotse

Fördermittelführer 2015/2016

Die 350 wichtigsten Finanzierungsmöglichkeiten für gemeinnützige Organisationen aus den Bereichen Bildung, Soziales, Umwelt, Kultur, bürgerschaftliches Engagement, Entwicklungspartnerschaften und internationale Zusammenarbeit

Subskriptionspreis für Bestellungen bis zum 15.01.2015:

58,– Euro statt 68,– Euro

Aktualisierte Ausgabe mit über 150 neuen Förderquellen

Versandkostenfrei direkt beim Verlag bestellen:
www.foerdermittelfuehrer.de
Tel: 09874-322 311
E-Mail: shop@foerder-lotse.de

Oder im Buchhandel:
ISBN 978-3-9814394-9-6

www.foerdermittelfuehrer.de

Phantastische Vielfalt:

deutsches csr-forum

11. Internationales Forum für Nachhaltigkeit und Zukunftsfähigkeit

20. bis 21. April 2015 Ludwigsburg bei Stuttgart

Ohne CSR kein Geschäftserfolg?

Warum Bürger „dagegen" sind

CSR-Strategy: Social Innovation & Future Trends

CSR und HR: Kultur oder Kennzahlen?

CSR in der weltweiten Textil-Lieferkette

Information und Anmeldung unter www.csrforum.eu

Veranstalter:

dokeo

dokeo GmbH, Löffelstraße 40, 70597 Stuttgart, Tel.: 0711 633 9698-0, E-Mail: wir@csrforum.eu

Mitveranstalter:

AVE, B.A.U.M., BPM, BSCI, Global Nature Fund, HDE, Ludwigsburg, LVI, Nachhaltig handeln Baden-Württemberg, Peter Sauber Agentur, sez, Verantwortung Zukunft, wiv Wirtschafts- und Industrievereinigung Stuttgart e. V.

Wie Gemeinschaften glücklich machen

Bindungen lösen Glückseligkeit und Wohlbefinden aus. Immer mehr Menschen stellen fest, dass ihnen genau das fehlt. Denn der „Turbokapitalismus", der primär auf materiellen Reichtum abzielt, löst nebenher sowohl beim Menschen als auch in der Umwelt Symptome mit fatalen Folgen aus. Naturverlust, Klimakrise, sinkendes Glücksempfinden, gesteigerter Stress, zunehmende Einsamkeit etc. führen zu Krankheiten, die die Zivilisation überschwemmen. Annette Jensen und Ute Scheub verraten das Geheimnis, das aus diesem Dilemma führt.

Annette Jensen, Ute Scheub. Glücksökonomie. Wer teilt, hat mehr vom Leben. oekom Verlag. 2014. 315 Seiten. ISBN: 9783865816610. 19,95 €.

Bilder für den Kopf

Marketing braucht eine gute Geschichte. Das ist mittlerweile Gemeinplatz. Und Erkenntnisse der Neurowissenschaften gelten fast schon als goldener Schlüssel zur Manipulation des Kunden. Dabei ist die Tatsache, dass das Gehirn Geschichten liebt, nicht neu. Assoziationen, verbunden zu Sinneinheiten, sind die erfolgreichsten Informationsträger im nachhaltigen Sinn. Dieses Buch zeigt vor allem, wie gute Geschichten funktionieren. Die Verknüpfung zum Marketing ist zweitrangig, was aber der Unterhaltsamkeit des Buches kaum Abbruch tut.

Werner T. Fuchs. Warum das Gehirn Geschichten liebt. Mit den Erkenntnissen der Neurowissenschaften zu zielgruppenorientiertem Marketing. Haufe Verlag. 2. Auflage. 2013. 319 Seiten. ISBN: 9783648037881. 34,95 €.

Pflege Deinen Mitarbeiter!

Grashalme wachsen nicht schneller, wenn man an ihnen zieht. Diese gärtnerische Erkenntnis gilt auch für Führungskräfte. Dieser Ratgeber hat dabei nicht allein richtiges oder gutes Führen im Fokus, sondern die Gesundheit der Mitarbeiter und Angestellten. Und natürlich, nicht erst am Ende, die Gesundheit der Führungskräfte. Nicht selten sind Arbeitsverhältnisse von unnötig hohen Erwartungen überfrachtet, im Übrigen von beiden Seiten. Die Chefetage erwartet mitunter ebenso zu viel oder ganz Falsches, wie es die Mitarbeiter hinsichtlich ihrer Leitung tun. Da es sich in jedem Fall um eine Form des menschlichen Miteinanders handelt, liegt der Schlüssel auch hier in erfolgreicher, einfühlsamer Kommunikation. Und diese ist keine Hexerei. Die Autoren sehen den Schlüssel konkret im guten alten Mitarbeitergespräch. Hier lässt sich ihrer Meinung nach die Leistungsfähigkeit des Einzelnen grundlegend und gemeinsam beurteilen. Arbeit muss nicht krank machen. Diese Erkenntnis verbreitet sich immer mehr; das Stichwort Resilienz ist fast schon zum Modewort geworden. Und hier werden Führungskräften praxiserprobte Instrumente an die Hand gegeben. Das Wichtigste dabei: Wertschätzung. Der Angestellte, der Wertschätzung in seinen beruflichen Tätigkeiten erfährt, begegnet seinem Umfeld ebenso. Dazu müssen sich auch die beiden Faktoren „Wollen" und „Können" im Einklang befinden, die aber beständig dynamische Prozesse durchlaufen. Denn auch Mitarbeiter sind Menschen, also komplex.

Rico Stehfest

Wolfgang Gratz, Horst Röthel, Sissi Sattler-Zisser. Gesund führen. Mitarbeitergespräche zur Erhaltung von Leistungsfähigkeit und Gesundheit im Unternehmen. Linde Verlag. 2014. 200 Seiten. ISBN: 9783709305577. 22,00 €.

350 Finanzierungsmöglichkeiten

Ob Mittel aus den europäischen Fördertöpfen oder aus großen Verbänden: Der neue Fördermittelführer von Torsten Schmotz bietet für Organisationen aus Deutschland von allem etwas. Insgesamt umfasst der Fördermittelführer über 350 Finanzierungsquellen für die Bereiche Bildung, Gesundheit, Soziales, Umwelt, Kultur, Ehrenamt und internationale Zusammenarbeit. Neu hinzugekommen sind neben dem Bereich Entwicklungspartnerschaften auch 180 neue Finanzierungsmöglichkeiten sowie 66 neue Förderinstitutionen. Hiermit bietet der Band eine praktische Sammlung an Adressen, welche die Suche nach Fördermitteln durch eine übersichtliche redaktionelle Aufbereitung deutlich erleichtert.

Warum aber bietet der Kauf des Bandes nur für 30 Tage einen Zugang zur Onlineversion? Die kostenlose Online-Suche des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen umfasst ganze 10 000 Stiftungen, und auch die Mittel aus öffentlichen Fördertöpfen sind online zugänglich. Für den nicht geringen Preis des Fördermittelführers 2015/2016 könnte der Zugang zur Online-Version durchaus bis zum „Verfallsdatum" des gedruckten Bandes reichen. **PS**

Torsten Schmotz. Fördermittelführer 2015/2016 für gemeinnützige Projekte und Organisationen. Verlag Förderlotse Torsten Schmotz. 2015. 304 Seiten. ISBN: 9783981439496. 68,00 €.

Führung für Menschen mit Herz und Verstand

Ein Mann mit einer Überzeugung ist stärker als 99 Leute mit Interessen. Dieser Ausspruch des Philosophen John Stuart Mill gilt auch für die Mitarbeiter von NGOs: Wer Ziele und Werte einer Organisation teilt, ist der beste Mitstreiter der Welt. Ob das gelingt, ist eine Frage der Ethik in der Führung.

Wichtige Grundlagen für das Verständnis moralischen Verhaltens bieten Soziobiologie, Neurobiologie und Psychologie. Vom Genotyp über die Spieltheorie bis hin zu den Fragmenten der Moraltheorie und der Verhaltensforschung haben Kottman und Smit einige der wichtigsten Bausteine für eine funktionierende Führungsethik gesammelt und leicht verständlich aufbereitet. So versteht der Leser, was Gene, Nerven und Gehirn mit Themen wie Vertrauen, Kooperation, Organisation und Transparenz zu tun haben und wie diese Elemente in die Personalführung eingebaut werden können.

Besonders spannend ist an dem Führungsmodell der beiden Berater, dass auch Führungskräfte wie Roland Berger oder Claus Hipp zu Wort kommen und ihre jeweiligen Erfahrungen teilen. So kommt die Theorie direkt in den Reality Check. **PS**

Thomas Kottmann, Kurt Smit. Führungsethik – Erkenntnisse aus der Soziobiologie, Neurobiologie und Psychologie für wertorientiertes Führen. Springer Gabler. 2014. 355 Seiten. ISBN: 9783658067328. 24,99 €

Erfolg ist eine Funktion der Kultur

Eins gilt für Unternehmen und Organisationen zugleich: Wo Unkultur herrscht, kommt Unkultur raus – ganz gleich, ob mit Engelszungen am Telefon oder mit lockerem Slang in Sozialen Medien hantiert wird.

Erfolgreiche Unternehmenskommunikation braucht eine respektvolle Kultur sowie vertretbare Leitlinien, die die interne und externe Kommunikation strukturieren. Zweitens muss die Informationsflut gebändigt werden: Wenn Korrespondenzen Zeit fressen oder nur veraltete Kommunikationskanäle existieren, ist Optimierung angesagt. Drittens: Wer Angst vor Veränderungen hat, kommt nicht ins Web 2.0 und dem liegen die Vorteile des semantischen Webs oder des Web 3.0 in weiter Ferne – inklusive effektiver Teamarbeit.

Mit anderen Worten: Unternehmen müssen an ihrem Leitbild, ihrer Kultur und ihrer Infrastruktur arbeiten, um erfolgreich kommunizieren zu können, sagt Förster: „Der Gewinn ist eine logische Folge, der ‚angenehme Nebeneffekt'." Praktische Infografiken, etliche Praxisbeispiele und einiges an theoretischem Hintergrundwissen machen das glaubhaft und bieten eine ansehnliche sowie erfrischende Hilfestellung. **PS**

Andreas Förster. Kundenkommunikation – E-Mails, Briefe und Kampagnen. Multichannel-Methoden für Print und Digital. Frankfurter Societäts-Medien GmbH. 2014. 173 Seiten. ISBN: 9783956010330. 16,99 €

Fragebogen: Martin Fischer schlägt die

Martin Fischer war nicht immer Fundraising-Berater/Kundenbetreuer bei der van Acken Fundraising GmbH. Zunächst erblickte er das Licht der Welt, wie es 1974 auf Weinheim schien. Die Stadt an der Bergstraße war auch während seiner Jugend derart sonnenverwöhnt, dass er zum Studium in der Region blieb. Nach dem Studium der Politikwissenschaft und Neuen Geschichte in Heidelberg inklusive einem Abstecher nach Los Angeles entschloss sich Martin Fischer für ein Volontariat in Public Relations und Journalismus in der Agentur eines früheren FAZ-Wirtschaftsredakteurs in Frankfurt am Main.

Nach mehrjährigen beruflichen Stationen im Bereich Marktforschung, Politikberatung und dem berufsbegleitenden Studium an der Fundraising Akademie war er ein halbes Jahrzehnt im Hochschul-Fundraising und Alumni-Management als „Pionier" erfolgreich tätig. In Großbritannien und den USA hat er mehrfach Fundraising, Marketing und Alumni-Management aus erster Hand kennengelernt (Stichwort: Telefon-Fundraising, Capital Campaigns etc.).

Seit der Geburt seiner Tochter fällt das Spektrum seiner Hobbys unfreiwillig schmal aus und beschränkt sich mitunter auf die Klassiker Lesen, Kochen und Joggen. Auch das Trompete spielen in einer Big Band gehört inzwischen leider der Vergangenheit an. Musik spielt in Martin Fischers Leben trotzdem weiterhin eine Rolle: Wenn er gerade mal keine Kinderlieder singt, hört er beim Autofahren am liebsten Klassik.

Martin Fischer ist regelmäßig Vortragsreferent auf verschiedenen Fundraisingtagen und ähnlichen Veranstaltungen. Aus seiner Feder stammen diverse Fachartikel und das Fachbuch „Fundraising für das Gesundheitswesen".

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

… früh, mit dem Lächeln meiner kleinen Tochter, einem Kuss für meine Frau und ohne Stau!

2. Was wollten Sie als Kind werden?

Archäologe, Mineraloge (mich interessierten nur Halb-/Edelsteine und ganz alte Fossilien), später Profimusiker (Trompete).

3. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

Experte, Umstrukturierung, Warnstreik.

4. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

Muss nur noch kurz die Welt retten …? Vielleicht eine Steuerreform, die den NGOs wieder bessere Rahmenbedingungen verschafft?! Abschaffung des Deutschland-Stipendiums und dafür ehrgeizigere Matching Funds-Programme für alle NGOs!

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

„Damals" war ich 15. Erst mal erwachsen werden, dann früher ins Ausland reisen für Fundraising-Praktika weltweit. Mit dem heutigen Erfahrungsschatz: Vielleicht in ein sinnvolles Start-up-Unternehmen und interessante Ehrenämter investieren.

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

Ich habe im Programmbeirat für den Fundraisingkongress 2015 einen Negativ-Preis für schlechtes Fundraising vorgeschlagen. Als Empfänger der „Leeren Spendenbox" bieten sich alle an, die Fundraiserinnen und Fundraiser in Organisationen am Erfolg im Fundraising hindern, zum Beispiel durch fehlende Unterstützung, schlechte Rahmenbedingungen etc.! In der Filmbranche sind solche „Orden" selbstverständlich und haben noch keine Karriere beendet.

„Leere Spendenbox“ vor

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

Ich habe als Fundraiser einige sehr reiche, aber sehr normale Menschen getroffen und sehr gepflegte Konversation betrieben. Auf keinen Fall würde ich das Thema Geld ansprechen. Spontaner, entspannter Small Talk und für die Damen der Schöpfung ein kleines Kompliment.

8. Wer ist für Sie ein Held?

(Familien-)Unternehmer/innen, die Arbeits- und Ausbildungsplätze schaffen und erhalten. Kommunalpolitiker ohne „höhere“ Ambitionen, Alleinerziehende, liebevolle Eltern und kreative Künstler.

9. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

Mein Erstwohnsitz bei Köln reicht mir fürs Erste. Aber gerne einen ruhigen und gut erreichbaren Ort an der deutschen oder holländischen Küste.

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

Freunde und Bekannte anrufen, einladen, bewirten …

11. Worüber können Sie lachen?

Gute Witze, schlechte Artikel, Unsinn im Internet und manchmal auch über die/mit der (inter)nationale/n Fundraising-Szene.

12. Welche Fehler entschuldigen Sie am ehesten?

Nobody’s perfect. Im Idealfall werden Fehler vermieden. Ansonsten: Fehler, für die um Entschuldigung gebeten wird und wo eine Lösung des Problems angeboten wird. Was gar nicht geht: Charakterfehler und deren Auswüchse!

13. Was war früher besser?

Die Nachtruhe! (siehe 1), die Presse- und Medienlandschaft, das Bildungssystem, der Handel (Beratung, die ihren Namen verdient!). Und: „Früher war mehr Lametta“ (Loriot).

14. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?

Wer mich kennt, weiß auch um meine Bescheidenheit. Für einen Nachruf ist es hoffentlich auch noch zu früh! Aber vielleicht ein Platzhalter für in 30 Jahren, nach dem Motto: „Erfahrener und kollegialer Fundraiser, der sich für die Organisation, die er betreut hat, interessiert und erfolgreich eingesetzt hat …“

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

… ein erfreuliches, aber planbares Ereignis und eine Spende auf dem Weg zur nächsten und höheren Spende!

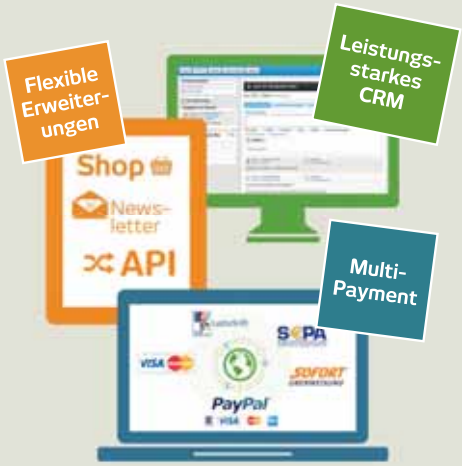
FUNDRAISINGBOX
Online-Software für Non-Profits

Erhöhen Sie Ihr Spendenvolumen

1. Online-Formular erstellen

2. Einfach mit Copy & Paste in Ihre Webseite einbinden

3. Erfolgreich und sicher Spenden sammeln



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.

Weltverbesserer Fabian F. Fröhlich engagiert sich weiterhin

Der Mensch lebt nicht vom Brot allein, er soll auch was für die Seele haben! Bei Frauen scheinen das zurzeit ja 50 Graustufen zu sein … Doch wir Männer, wir brauchen schon mehr Tiefgang.

Im stressigen Arbeitsalltag im Büro, wo uns die Sekretärin permanent an Termine erinnert, die Abteilungs-Assistentin andauernd To-Do-Listen rumschickt und die hübsche neue Praktikantin tausend Fragen hat, da steht der Mann unter extremer Anspannung! Sport als Ausgleich wäre eine Möglichkeit, wird aber anstrengend! Besser ist soziales Engagement vor der eigenen Haustür.

Mein Kollege und ich sind einem Förderverein beigetreten, wo wir nicht nur einfach Geld hin überweisen, sondern richtig mitarbeiten! Jeden Montag treffen wir – die Mitglieder des MaDiWeBe e. V. – uns in der Schulturnhalle zur Vereinssitzung. Neulich stand die mangelhafte Arbeit der Ö-Gruppe zur Diskussion: Eine nichtrepräsentative Blitzumfrage unter Gästen in „Rudi's Eck" hatte ergeben, dass fast hundert Prozent unseren Markennamen MaDiWeBe nicht kennen!

Aber weil wir alle voll engagiert sind, schritten wir gleich zur Tat. Holger kochte erst mal Kräutertee und entzündete eine aromatische Duftkerze. Dann stand Situationsanalyse an. Wir zogen uns die Schuhe aus und setzten uns im Kreis auf den Boden. In der Mitte legten unser Schatzmeister Fred und Karl-Heinz, der Schriftführer, gemeinsam ein Mandala aus Post-It-Haftnotizen. Jeder sollte zuerst sagen, was er an dem heutigen Tag Gutes erlebt hatte. Dabei gaben wir den Gesprächsstein – eine alte Glasmurmel – an den nächsten Redner weiter. Denn nur wer den Gesprächsstein in der Hand hält, hat ein Rederecht. Auf diese Weise näherten wir uns entspannt und konzentriert der Lösung des Problems: Konrad erklärte, dass er in seinem Netzwerk einen Vertriebsexperten hat, der einen Werbegrafiker kennt. Der soll doch mal ein Kommunikationskonzept erstellen. Wir stimmten ab, die Sache war beschlossen. Wir fühlten uns gut, denn wir hatten etwas bewegt an diesem Abend! Bald würde jeder wissen, wofür der Macht-die-Welt-besser-Evau steht! Dann, aber erst dann, macht es Sinn, sich der eigentlichen Projektarbeit zu widmen. Einer Petition gegen die Stigmatisierung von SandalenträgerInnen in Aufsichtsräten von DAX-Unternehmen.

Leider wird seit letzter Woche unser entspanntes Engagieren aus den eigenen Reihen boykottiert. Andy, einer von den Neuen, brachte eine Espressomaschine mit. Ich werde mir wahrscheinlich einen anderen sozialen Brennpunkt suchen, für den ich mich einsetzen kann.

(Unglaublich! Diesen Text habe ich schon einmal veröffentlicht: im März 2011. Er ist noch immer top-aktuell. Lediglich ein großes i habe ich eingefügt. Sollte uns das zu denken geben?)

Ausgabe 3/2015 erscheint am 19. Mai 2015 u. a. mit diesen Themen

- Großspenden-Fundraising
- Aufbau professioneller Strukturen
- Geschäftsbericht schafft Transparenz

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

Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 3/2015, die am 19.05.2015 erscheint, ist der 13.04.2015.

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)3 51 8 76 27-70, Fax: -79

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

Anzeigen-Werbung:
matthias.daberstiel@fundraiser-magazin.de (verantwortlich), Telefon: +49 (0)3 51 8 76 27-80, Fax: +49 (0)3 51 8 76 27-79
Es gilt Anzeigenpreisliste Nr. 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 19.05.2015 erscheint, ist der 13.04.2015.

Fotonachweise:
Titelbild: Anouk Nitsche, S. 1: Jake Brewer (Silberman), Aleksey Ipatov@fotolia (Muslima) S. 3: Udo Lehner, S. 6: Michael Schmidt, S. 10: Jake Brewer, S. 16: Mykhailo Liapin, S. 20: Fred Cardoso@fotolia, S. 21: Annette Hempfling, S. 22: Anouk Nitsche, S. 24/25: Aleksey Ipatov@fotolia, S. 26: obs/AMC Deutschland AMC Alfa Metalcraft Corporation Handelsgesellschaft mbH/Katja Diedrich, S. 27: Fotoschlick@fotolia (Baum), S. 28: obs/Mukoviszidose e.V./Angelique Tuszakowski, S. 29: Udo Stolte (oben), S. 37: Christian Daitche (Schnau), Kenny Beele (Pott), Martin Joppen (Walter), S. 45: obs/Deutscher Caritasverband e.V./Christian Schoppe, S. 54: alphaspirit@fotolia, S. 56: Masik Blume@fotolia, S. 60: olly@fotolia, S. 68: obs/IKEA Deutschland Verkaufs GmbH & Co./UNHCR S. Baldwin (oben), Jérôme Dancette, S. 69: obs/Bayer HealthCare Deutschland (oben), Petra Wedeking, S. 70: Frederik Laux, S. 72: Mike Espenhain@fotolia, S. 74: Kuchenspionne@fotolia (oben), S. 82: oza@fotolia, alle anderen PR / Archiv / privat

In Zusammenarbeit mit der fundraising akademie

vanacken

Fundraising

Spielen Sie mit Ihren Spendern?

Wir nicht!
Spenden sammeln mit System

Einer unserer Bausteine: Beratung und Workshops

Professionelles Fundraising für große und kleine Organisationen.

Es bedarf eines strategiegeleiteten Konzepts, das die Vielfalt möglicher Fundraising-Instrumente zielgerichtet einsetzt.

Wir erarbeiten mit Ihnen in einem Workshop die passenden Maßnahmen:
Von der Jahresplanung über Konzeption und Kreation, bis hin zur Adressauswahl und Erfolgskontrolle.

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

Projekt-management

Beratung
Koordination
Terminplanung
Etatüberwachung
Telefonschulung

Produktion

Datenerstellung
Druck
Personalisierung
Lettershop
Postversand
Fulfillment

Print- und Außenwerbung

Anzeigen
Großflächen
Citylights
Öffentlichkeitsarbeit

Direkt-kommunikation

Mailings
Beilagen
Telefonische Spenderbedankung/ Spenderbindung/ Spenderbetreuung

Marke

Markenbildung
Markenführung
Markenstrategie
Corporate Identity
Corporate Design

Internet

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

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