ISSN
1867-0563

Fundraiser
Ausgabe 5/2015

Fundraiser magazin

Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen

Fundraising in der DDR

Spenden in der Diktatur: „Frieden, Freundschaft, Solidarität“

Menschen
Martina Ziegerer, Katharina Steinkellner und Helga Schneider im Interview

Aktuell
Auf den Färöer-Inseln ist wieder Grindwal-Saison. Eine Reportage über die Arbeit von Sea Shepherd.

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,

in diesen Tagen feiern wir zum 25. Mal die Wiedervereinigung Deutschlands. „Wie war das eigentlich in der DDR?“, werde ich öfter gefragt. „Hattet ihr damals denn gar keine Farben?“, wollte mein Kind einmal von mir wissen, als wir alte Schwarz-Weiß-Fotos angesehen hatten. Keine Angst: Es war nicht alles grau hinter dem Eisernen Vorhang. Die Sonne schien auch zwischen Ostsee und Erzgebirge, selbst wenn zu Agitationszwecken gern gesagt wurde, dass sie „über der Sowjetunion auf- und im Westen rot (!) untergeht“. Bei klarem Wetter konnten auch wir den „Deutschlandfunk“ ziemlich störungsfrei empfangen. Und wer nicht gerade in Dresden wohnte, wo man kein Westfernsehen schauen konnte, bekommt heute nostalgische Gefühle beim aktuellen Retro-Werbespot der Allianz-Versicherung – der mit dem Tomatenstapel.

Nein, nach Neapel reisen durften wir natürlich nicht. Dafür reisten unsere Hilfsgüter rund um die Welt. Denn wenn etwas großgeschrieben wurde im „Arbeiter- und Bauern-Staat“, dann waren es Hilfsbereitschaft und Freundschaft. Gute Bedingungen für Fundraising … aber: Gab es, durfte es denn überhaupt Fundraising geben in der „Diktatur des Proletariats“?

Die Fundraiser-Magazin-Redaktion hat recherchiert: Charity-Events (Konzert für den Frieden) und Spenden-Tombolas (gern als Kuchenbasar), Corporate Social Responsibility (Subbotnik mit der Patenbrigade), Volunteering (Ferien-Lager für Arbeit und Erholung) und Nachhaltigkeitsinitiativen (Sammlung von Sekundärrohstoffen), begleitet von entsprechender Kampagnen-Arbeit (Agitation und Propaganda) – das alles gab es auch in der DDR. Ob diese Spenden allerdings freiwillig oder unter sozialem Druck gegeben wurden, darüber lässt sich trefflich diskutieren. Unser Themenspecial ab Seite 12 lädt Sie zu einem Rückblick auf 40 Jahre Spenden in der DDR ein.

Viel Spaß bei der Lektüre wünscht Ihnen Ihre

Daniela Münster
Chefredakteurin

Unser Titelbild ist ein offizielles Pressefoto der DDR-Nachrichtenagentur „Zentralbild“ aus dem Bundesarchiv – im Untertitel heißt es:
„Eine Woche der sozialistischen Pionierhilfe wird gegenwärtig in der DDR durchgeführt. Am 11.5.1966 sammelten Junge Pioniere der 11. Oberschule Berlin zum zweiten Male in dieser Woche nichtmetallische Altstoffe. Der Erlös der Sammlung, im Durchschnitt etwa 100 Mark für einen Nachmittag, wird dem Solidaritätskonto der Jugend überwiesen, von dem auch Spenden an den Vietnam-Ausschuß des Afro-Asiatischen Solidaritätskomitees der DDR überwiesen werden.“

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. 08193/9371910
renn@directpunkt.de

www.directpunkt.de

Menschen

10 **Martina Ziegerer**
... leitet die Stiftung Zewo, die das Schweizer Gütesiegel für Spenden sammelnde Organisationen vergibt. Im Interview spricht die Präsidentin des „International Committee on Fundraising Organisations“ über internationale Trends der Zertifizierung gemeinnütziger Organisationen.

52 **Katharina Steinkellner**
... ist Head of Global Leadership Giving bei SOS-Kinderdorf International. Beim Internationalen Fundraising Kongress in den Niederlanden hilft Steinkellner den Teilnehmern mit dem Ausbau ihrer Beziehungen zu Großspendern und Unternehmenspartnern. Im Interview erklärt sie, wie sich das Thema bei SOS-Kinderdorf entwickelt hat und worauf es in der Zusammenarbeit ankommt.

82 **Helga Schneider**
... kennt im Bereich Spendensoftware so ziemlich jeden vorstellbaren „Job“: von der Softwareentwicklung über das Schreiben eines Handbuchs, Vertrieb, Präsentationen, Support und Implementierung bis hin zur „Lehre“, der softwaretechnischen Umsetzung von Fundraising und der analytischen Anwendung. Die Geschäftsführerin der Firma „ifunds germany“ füllte unseren Fragebogen aus und verrät, was sie von dem Begriff „Stress“ hält.

Thema

12 **Fundraising kontra Planwirtschaft**
Ein Rückblick auf 40 Jahre Spenden in der DDR

18 **Was wir aus der Geschichte lernen**
Der Eiserne Vorhang konnte die Philanthropie nicht stoppen

20 **Warum spenden die „Ossis“ anders?**
Spender im Osten und Westen Deutschlands: Was trennt und was verbindet sie?

Aktuell

22 **Rebellion gegen die Tradition**
Die Sea-Shepherd-Aktivisten kämpfen gegen das sinnlose Töten von Grindwalen

Projekte

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

28 **„Wir konzentrieren uns auf die Begabung“**
Blinde Frauen beweisen besonderes Fingerspitzengefühl

30 **Gegen die Sucht**
Ein kleiner Verein auf der Suche nach großem Geld

32 **Gegen das Sterbenlassen**
Eine Notrufnummer will Flüchtlinge auf dem Mittelmeer retten

Rubriken

6 **Spektrum**
34 **Köpfe & Karrieren**
36 **Dienstleisterverzeichnis**
42 **Branche**
46 **Leserpost**
60 **Fundraising-Kalender**
62 **Bildung**
76 **Fach- und Sachbücher**
80 **Fragebogen**
82 **Das Letzte**
82 **Vorschau**
82 **Impressum**

Praxis & Erfahrung

48 Gemeinnützigkeit erfolgreich beantragen
Darauf achtet das Finanzamt bei der Prüfung

50 Die Schweizer – ein spendenfreudiges Volk
Der Spendenmonitor der „gfs-zürich“ kennt die Zahlen

54 Thinking Big in a Small World
Top- und Großspenderentwicklung in regionalen Organisationen

56 Individuell zum Ziel
Wie der Malteser Hilfsdienst sein Spendenmailing optimiert hat

58 Von der Theorie zur Praxis und zurück
Wie Start-ups von der Zusammenarbeit mit Hochschulen profitieren – und umgekehrt

Stiftung

70 Kurz informiert
Tipps, Trends & Termine rund ums Thema Stiftungen

72 Frühwarnsystem am Wochenbett
Babylotsinnen der Stiftung SeeYou ebnen den Weg ins Leben

74 Ersatzfamilie für ein paar Stunden
Die „ZeitOasen“ der Diehl-Zesewitz-Stiftung setzen auf Gemeinsamkeit im Alter

Autoren dieser Ausgabe

Martin Abele | Kerstin Adolf-Wright | Gertrud Bohrer
Matthias Daberstiel | Kai Dörfner | Claudia Fuhrmann
Dr. Christian Gahrmann | Silvia Heinrich | Britta Janssen
Isabel Korch | Bianka Kurz | Gabriele Maier | Daniela Münster
Peter Neitzsch | Ute Nitzsche | Paul Stadelhofer
Rico Stehfest | Jan Uekermann | Tom Waurig

DEUTSCHER ENGAGEMENT PREIS

WER GEWINNT DEN PUBLIKUMSPREIS 2015?

Jetzt abstimmen!

www.deutscher-engagementpreis.de

Vom 15. September bis 31. Oktober abstimmen und freiwillig Engagierten zu 10.000 Euro Preisgeld verhelfen.

Förderer: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend
GENERALI
Fernsehlotterie
Träger: Bündnis für Gemeinnützigkeit

Wie Sie hören, hören Sie nichts. „Schweigeminute Traiskirchen" ist der aktuelle „Hit" des österreichischen Künstlers Raoul Haspel. Mit diesem leistet er seinen ganz eigenen Beitrag zur aktuellen Flüchtlingsproblematik. In dem kleinen Ort Traiskirchen, knapp 40 Kilometer südlich von Wien gelegen, befindet sich eins der vielen überfüllten Flüchtlingslager. Die Betreuer und Helfer kämpfen angesichts der hohen Anzahl an Flüchtlingen permanent um vertretbare Zustände. Um gegen die im Flüchtlingslager herrschenden Zustände zu protestieren, hat Haspel seine Schweigeminute aufgenommen. Eine Minute lang hört man exakt nichts. Der Track hat sich selbst auf Platz 1 der österreichischen Charts katapultiert. Und die Einnahmen davon spendet der Künstler einer privaten Flüchtlingsinitiative in Traiskirchen.

▶ *www.thankyoumoreplease.at* ▶ *www.schweigeminute.com*

Komm doch mal rüber!

Es gibt nichts Schlimmeres, als im eigenen Saft schmorend vor sich hinzudümpeln. Das gilt auch für Non-Profit-Organisationen. Es reicht nicht, Gutes zu tun – die Welt muss auch davon erfahren. Und ohne Vernetzung kann man weder wachsen noch an Erfahrung hinzugewinnen.

An dieser Stelle baut die Internetplattform Somondo eine Brücke. Dort können Organisationen aus der ganzen Welt ihre eigenen Veranstaltungen bewerben, insbesondere solche, bei denen die Teilnehmer in direkten Austausch mit den Mitarbeitern der besuchten Organisationen treten, um mehr über deren Arbeit zu erfahren, zum Beispiel bei Bürobesuchen, Projekttagestouren, Spenderreisen und Diskussionsabenden. Freiwilligendienste und Besuche in Waisenhäusern, Flüchtlingslagern oder ähnlich sensiblen Orten dürfen bei Somondo nicht beworben werden. Die Website wird von einem Team von Ehrenamtlichen aus Berlin entwickelt und betrieben. Bisher sind mehr als 900 Organisationen aus 120 Ländern auf der Seite vertreten.

▶ *www.somondo.org*

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.

Engagement im Wandel

92 Prozent der Jugendlichen setzen sich für das ökologische und soziale Wohlergehen ein. Wofür und wie sich junge Menschen engagieren, richtet sich nach ihrer Lebenswirklichkeit und dem persönlichen Interesse. Dies zeigt eine Vorabveröffentlichung aus dem zweiten „Nachhaltigkeitsbarometer", eine repräsentative Studie der Leuphana Universität Lüneburg im Auftrag von Greenpeace. Dafür wurden im Sommer 2014 1511 Personen zwischen 15 und 24 Jahren zu ihrem Engagement für Nachhaltigkeit befragt. So boykottieren schon über 30 Prozent der jüngeren Generation Produkte, wenn Unternehmen bei der Herstellung nicht auf Umweltschutz oder Menschenrechte achten.

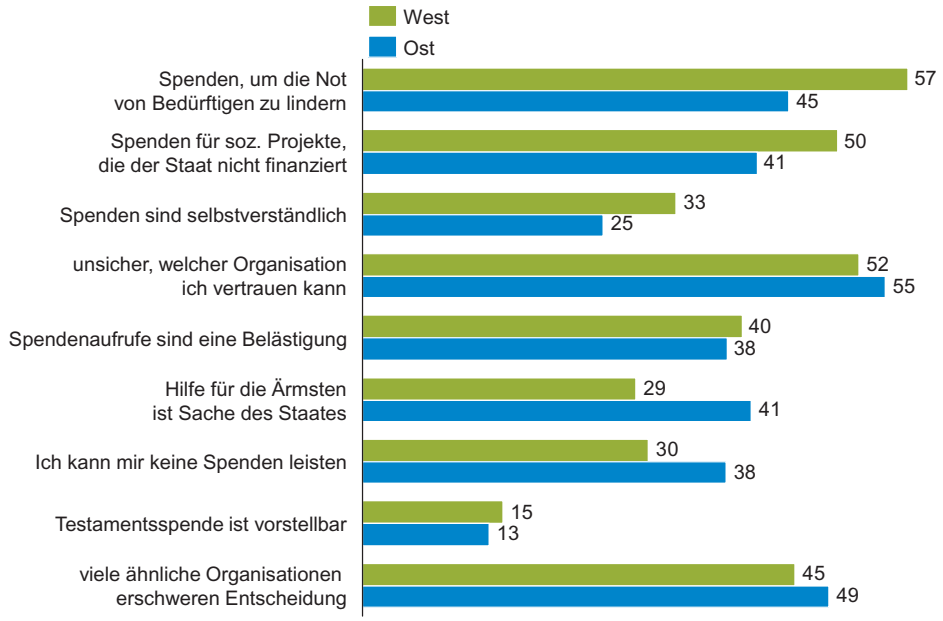
▶ *http://gpurl.de/QoqCd*

So schlägt das deutsche Spender-Herz

Einstellungen zum Spenden

(Basis: Bevölkerung, Top Boxes 4,5, Anteile in %)

Deutschland West vs. Ost



GfK Charity Scope, 10.000 deutsche Privatpersonen, Befragung „Einstellungen zum Spenden", Januar 2015

© GfK 2015 | GfK CharityScope, 10.000 deutsche Privatpersonen, repräsentativ für 67,8 Mio. Deutsche ab 10 Jahren im Jahr 2014

Es wächst zusammen, was zusammengehört? Egal wie viele Leute mittlerweile „die Mauer" nur aus Berichten kennen: Unterschiede zwischen alten und neuen Bundesländern finden sich auch (noch) im Spendenverhalten. Und wie das Ganze in einem Land vor unserer Zeit aussah, verraten wir in unserem Themenschwerpunkt **„Fundraising in der DDR"** ab Seite 12.

Advertorial

Erlebnis-Fundraising: Mit Förderern auf großer Fahrt!

Die Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft hat mit Unterstützung ihres langjährigen Fundraising-Partners marketwing aktive Förderinnen und Förderer zu einer Großspender-Reise geladen, die für viel Begeisterung sorgte.

„Geladen ist eigentlich das falsche Wort", lacht Achim Wiese, Referatsleiter Fundraising und Verbandskommunikation bei der DLRG. „Die Teilnehmer haben die komplette Reise natürlich selbst bezahlt." Schon im Frühjahr habe man im Rahmen der Förderer-Kommunikation besonders engagierten Spendern aus dem Raum Berlin und ausgewählten Großspender-Gruppen die DLRG-Erlebnisreise an die Ostsee angeboten. Das Reisepaket enthielt viele spannende Erlebnisbausteine – allen voran ein Besuch beim Internationalen DLRG-Cup 2015 in Rostock-Warnemünde, bei dem die staunenden Förderer aktive Rettungsschwimmer einmal aus nächster Nähe erleben konnten. Weitere Höhepunkte waren ein festliches Dinner mit DLRG-Präsident Hans-Hubert Hatje und Generalsekretär Ludger Schulte-Hülsmann, sowie eine aufregende Fahrt mit einem echten Rettungsboot. DLRG zum Anfassen! Ergänzt wurde das dreitägige Programm u.a. mit einer Fahrt durch den Alten Hafen von Warnemünde und einer Stadtrundfahrt durch die Hansestadt Rostock.

Die Förderer genossen es, ganz selbstverständlich als „DLRGler" empfangen und verstanden zu werden. Der Funke sprang schnell über und die Identifikation mit „ihrer Organisation" war allgegenwärtig. „Ich bin der festen Überzeugung, dass Spender auf ganz vielfältige Art und Weise angesprochen werden müssen", meint Alexander Thurow, marketwing-Geschäftsführer und einer von mehreren aktiven Fördererbetreuern vor Ort. „Nicht nur in Sachen Spenderbindung sind Fördererreisen wie diese eine großartige Idee." Wo sonst könne man mehr über die Wünsche und Erwartungen von Spendern erfahren, als auf so einer Reise?

Begeisterte DLRG-Förderer in Rostock-Warnemünde

ALTRUJA

Die Revolution im Online-Fundraising!

kommt...

Coming soon...

altruja.de/revolution

Oktober 2015

#GivingTuesday

Am Dienstag, den 1. Dezember 2015 ist es so weit: Deutsche Spendenorganisationen werden zum ersten Mal gemeinsam an einem Tag um Spenden für ihre Anliegen bitten. Wie man an diesem „#GivingTuesday“ teilnehmen kann, verrät Initiator Björn Lampe von betterplace.org.

Was ist der #GivingTuesday?

#GivingTuesday ist ein weltweiter Aktionstag. Am jeweils ersten Dienstag im Dezember dreht sich alles um die Themen Geben und Gutes tun. 2014 wurden so mehr als 40 Millionen Euro gespendet. Dafür machen alle mit: Unternehmen initiieren Spendenaktionen, Schüler organisieren Kuchenbasare, NGOs rufen zum Spenden auf. Wie man am Hashtag (#) sieht, lebt die Bewegung auch im Internet. Werden alle Geschichten mit diesem Hashtag über soziale Medien geteilt, entwickelt sich aus den Einzelaktionen unsere gemeinsame Kampagne.

Wie kann man sich als deutsche NGO beteiligen?

Am besten ist es, sich zunächst auf der Kampagnen-Website www.givingtuesday.de zu registrieren. Wer uns dort seine geplante Aktion schildert und sein Logo hochlädt, wird zum Partner des #GivingTuesday. Hier gibt es Ideen für Aktionen und Material für die eigene Medienarbeit. Aber was am 1. Dezember passiert, entscheidet jeder selbst. Ob klassischer Spendenaufruf, kreative Social-Media-Aktion, Fundraising Challenges mit anderen NGOs, ein Tag der offenen Tür oder alles zusammen: Jeder macht, was zu ihm passt.

Wie unterstützt betterplace.org dabei?

#GivingTuesday wird in Deutschland von uns initiiert. Wir sind Ansprechpartner, sammeln Ideen, betreuen die Kampagnen-Website, verantworten die übergreifende Kommunikation und animieren möglichst viele Akteure mitzumachen. Wer auf betterplace.org seine Aktion starten will, ist dazu herzlich eingeladen. Wir beraten dann kostenlos rund um das Thema Online-Fundraising, bieten Webinare und Spendenwerkzeuge an.

▸ ***www.givingtuesday.de***

Wir vergeben!

Sie hätten gern eins von drei Exemplaren des neu aufgelegten Ratgebers „Fundraising-Praxis vor Ort“? Kein Problem. Können Sie haben. Allerdings ist es diesmal keine Frage des Glücks, ob Sie eins bekommen. Sie können selbst dafür sorgen: Verraten Sie uns, warum ausgerechnet Sie eins der Bücher haben sollten. Was macht die Arbeit Ihrer Organisation so besonders, dass nur Sie für dieses Buch in Frage kommen, oder warum benötigen gerade Sie es dringend? Schicken Sie uns Ihre Argumente bis zum 22. November 2015 an *gewinnen@fundraiser-magazin.de*. Die Argumente der Gewinner werden veröffentlicht.

OnGood™

Vom Betreiber der
.ORG Domainnamen

Validierter Domainname für NGOs

Eintrag in das OnGood Verzeichnis
mit eigener Profilseite

Spendensammeln

Mehr Vertrauen durch Glaubwürdigkeit

GlobalNGO.org

Your
Public Interest
Registry™

Spender erwarten keine „100 Prozent“

Internationale Trends in der Zertifizierung von Nicht-Regierungs-Organisationen

Martina Ziegerer engagiert sich für das Vertrauen in Non-Profit-Organisationen (NPO) weltweit. Im Interview mit Paul Stadelhofer spricht die Präsidentin des International Committee on Fundraising Organisations (ICFO) über internationale Trends in der Zertifizierung gemeinnütziger Organisationen. Seit dem Jahr 2003 leitet sie die Stiftung Zewo, die das Schweizer Gütesiegel für Spenden sammelnde Organisationen vergibt.

? Non-Profit-Organisationen sind auf Vertrauen angewiesen. Was haben Vertrauen und Spendensiegel miteinander zu tun?

Spenden ist immer auch Vertrauenssache. Beim Kauf von Dienstleistungen oder Gütern kann ich mich selber vergewissern, ob die Leistung stimmt und die abgegebenen Versprechen eingelöst wurden. Aber wer spendet, kann sich nicht unmittelbar davon überzeugen, dass die Spende am richtigen Ort ankommt und etwas bewirkt. Die Kontrolle muss delegiert werden. Es ist die Aufgabe von Spendensiegel-Organisationen zu prüfen, ob ein Hilfswerk vertrauenswürdig ist und die Spendengelder gewissenhaft und wirkungsorientiert einsetzt.

? Wie entwickelt sich die Zertifizierung von Hilfswerken?

Früher mussten die Organisationen nur einmal ein Prüfverfahren durchlaufen, um das Gütesiegel zu erlangen. Mit der Einführung von regelmäßigen Kontrollen hat sich das geändert. Seit 2001 überprüfen wir in der Schweiz periodisch, ob die Hilfswerke mit Zewo-Gütesiegel unsere Anforderungen noch erfüllen. Im Laufe der Zeit haben wir unsere Standards weiterentwickelt und präzisiert. Zuerst im Jahr 2003 mit der Einführung von spezifischen Rechnungslegungs-Standards für gemeinnützige Spenden sammelnde Organisationen. Diese sind mittlerweile etabliert. Die Hilfswerke publizieren aussagekräftigere Jahresrechnungen. Die finanzielle Transparenz hat sich verbessert.

? Ein weiteres Thema waren die Kosten: Wie viel geht in die Projekte und wie viel wird für Administration und Fundraising verwendet?

Wir haben dazu 2004 einheitliche Berechnungsmethoden und Prüfinstrumente entwickelt. Seither erheben wir alle drei Jahre branchenweite Kennzahlen zur Kostenstruktur und Fundraising-Effizienz. Später kamen Orientierungsgrößen zu den Vergütungen und zu den Reserven dazu. In der letzten Zeit beschäftigte uns die Frage, wie man wirkungsorientiertes Denken, Planen und Handeln fördern und fordern kann. Wir unterstützen die Hilfswerke mit einem Leitfaden, Schulungsangeboten und Empfehlungen. Momentan überarbeiten wir unser Regelwerk und das Prüfverfahren.

? Wie unterscheidet sich die Zertifizierung von Hilfswerken im internationalen Vergleich?

Zum einen gibt es die Selbstregulierung mit dem Bekenntnis der Organisation zu einem bestimmten Code oder Regelwerk. Die Prüfung erfolgt dabei oft auf der Basis von selbst deklarierten Angaben der Organisation.

Zum andern gibt es unabhängige Zertifizierungen, so wie sie beispielsweise das Deutsche Zentralinstitut für soziale Fragen in Deutschland oder die Zewo in der Schweiz anbieten. Hilfswerke, die das Gütesiegel erhalten möchten, müssen ein Prüfverfahren durchlaufen. Die Zertifizierungsstelle verfügt über eigene Standards und prüft, ob die Organisation diesen Anforderungen entspricht.

Zudem gibt es Auskunftsdienste für Spenderinnen und Spender. Sie informieren aufgrund von öffentlich verfügbaren Unterlagen, inwiefern eine Organisation ihren Standards entspricht. Einige warnen auch vor intransparenten oder dubiosen Spendensammlungen. In der Praxis gibt es viele Mischformen. Die Übergänge sind oft fließend: Selbstregulierung entwickelt sich nach und nach zur unabhängigen Zertifizierung. Empfehlungen und Best-Practices, die sich bewährt und etabliert haben, werden schließlich zu verbindlichen Standards.

? Die Gütesiegel-Organisationen entwickeln sich also mit dem Sektor.

Sie müssen Vertrauen aufbauen, sowohl bei den Spenderinnen und Spendern als auch bei den Hilfswerken. Ihre Kontrollen dürfen nicht als Misstrauensvotum empfunden werden. Ein Gütesiegel soll die Glaubwürdigkeit einer Hilfsorganisation unterstreichen und das Vertrauen in den Sektor stärken. Prüfstellen und Auskunftsdienste können je nach Land auf unterschiedlich viele öffentlich zugängliche Daten zugreifen.

Hilfswerke müssen in den USA viel mehr Daten publizieren als in Europa. Das hat zur Folge, dass Ratingagenturen auf diese standardisierten Daten zugreifen, um Hilfswerke zu vergleichen und zu bewerten. In Europa sind Spenden sammelnde Organisationen von Gesetzes wegen meist nicht verpflichtet, ihre Finanzen zu veröffentlichen. Hier sorgen Gütesiegelorganisationen und Zertifizierungsstellen für Transparenz.

? Was ist die größte Herausforderung für die Weiterentwicklung der Zertifizierungen?

Zertifizierungsstellen sollten ihre Standards und Methoden von Zeit zu Zeit überprüfen. Gegebenenfalls müssen sie veränderten Rahmenbedingungen angepasst werden. Die Anforderungen sollen hoch sein, damit das Gütesiegel einen Wert hat. Sie müssen aber auch mit vertretbarem Aufwand zu erfüllen sein. Die Kontrollen müssen streng und wirksam sein, gleichzeitig darf die Bürokratie nicht ausufern. Das ist ein ständiger Balanceakt.

? Und auf Seiten der Organisationen?

Organisationen sollten kompetente Antworten auf Fragen haben, die die Öffentlichkeit interessieren. Zum Beispiel wie viel Geld in Projekte fließt und wie viel für das Fundraising und die Administration verwendet wird. Oder wie hoch die Reserven sein dürfen. Oder ob ein bestimmtes Chef-Salär noch vertretbar ist. Hier sind Berechnungsmethoden, Orientierungshilfen und Richtwerte gefragt, aber auch Aufklärungsarbeit. Insbesondere dann, wenn die Wahrnehmung in der Öffentlichkeit und die Realität nicht übereinstimmen.

? Wie haben Sie den aktuellen Richtwert zur Bewertung der Kosten entwickelt?

In der Schweiz haben wir gemeinsam mit den Hilfswerken definiert, was administrativer Aufwand ist, was zum Fundraising gehört und was zum Projektaufwand zählt. Das DZI unterteilt die Kosten übrigens ähnlich. Wir erheben alle drei Jahre die Daten der Hilfswerke nach dieser Methode und analysieren die Einflussfaktoren auf die Kostenstruktur von Hilfswerken. Dann legen wir die aktuellen Grenzwerte für die verschiedenen Hilfswerke fest und publizieren die Durchschnittswerte. Aktuell fließen bei den Organisationen mit Zewo-Gütesiegel 79 Prozent der Mittel in Projekte, 13 Prozent in die Administration und 8 Prozent ins Fundraising.

? Gibt es ein Maximum für den Overhead?

Wir haben kein einheitliches Maximum für alle Organisationen, sondern Grenzwerte, die vom Tätigkeitsfeld, der Größe, der Struktur und dem Finanzierungs-Mix einer Organisation abhängen. In anderen Ländern gibt es aber allgemein gültige Maximalwerte. Sie liegen zwischen 25 und 35 Prozent, wobei die Berechnungsweisen und Bezugsgrößen unterschiedlich sind.

? Was sagen die Spender zu Ausgaben für Fundraising, Werbung und Administration?

Der maximal tolerierbare Aufwand für Fundraising, Werbung und Administration liegt bei rund einem Drittel des gesamten Aufwands einer Organisation. Angemessen fänden befragte Spender allerdings die Hälfte, also 16 bis 17 Prozent. Spenderinnen und Spender haben nicht die Erwartung, dass 100 Prozent ihrer Spende ins Projekt fließen. Sie wissen, dass Spenden sammeln etwas kostet und administrative Ausgaben nötig sind, um Transparenz zu schaffen, die Qualität sicherzustellen und Kontrollen zu ermöglichen. Wer höhere Beträge spendet, hat realistische Erwartungen an die Hilfswerke und ist besser informiert. Das spricht für die geleistete Aufklärungsarbeit und die Transparenz der Hilfswerke, die ihre Zielgruppe erreicht.

Menschen, die nicht spenden, vermuten, dass der Anteil der Verwaltungskosten bei rund 40 Prozent liegt. Sie spenden wohl unter anderem deswegen nicht.

? Was sind die größten Risiken für den gemeinnützigen Sektor?

Das Vertrauen in den gemeinnützigen Sektor ist dann gefährdet, wenn es schwarze Schafe gibt. Beispielsweise Spenden sammelnde Organisationen, die unwahre Angaben machen oder mit aggressiven Sammlungsmethoden Druck ausüben. Ein weiteres Minenfeld ist alles, was mit Korruption und Betrug zu tun hat, also Bestechung, Veruntreuung oder persönliche Vorteilnahme. Das Vertrauen steht auch auf dem Spiel, wenn Transparenz fehlt und nicht klar ist, wofür die Gelder verwendet wurden.

Ebenso schaden Misswirtschaft und das Eingehen zu großer Risiken dem guten Ruf: Angefangen bei zu hohen Ausgaben für Fundraising und Administration, über exzessive Saläre bis hin zum Horten von Spenden und Verspekulieren mit risikoreichen Finanzanlagen.

? Und wenn Projekte scheitern?

Auch bei Hilfswerken können Projekte scheitern. Es kommt vor, dass die beabsichtigte Wirkung nicht erzielt wird oder die erbrachte Leistung negative Effekte mit sich bringt. Hier gilt es, realistische Erwartungen zu schaffen, bei den abgegebenen Versprechen nicht zu übertreiben und in der Berichterstattung nicht nur die Erfolgsprojekte hervorzuheben, sondern auch zu zeigen, wo es für die Zukunft noch Herausforderung und Entwicklungspotenzial gibt.

Fundraising kontra Planwirtschaft

Ein Rückblick auf 40 Jahre Spenden in der DDR

Am 3. Oktober feiern wir zum 25. Mal die Wiedervereinigung Deutschlands. Gerade im Bereich des zivilgesellschaftlichen Engagements haben sich völlig neue Strukturen in den neuen Bundesländern entwickelt. Doch ein Blick auf das Fundraising in der DDR zeigt überraschend: So viel anders als heute war es gar nicht.

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Jedes Jahr am 8. September wurde der Berliner Alexanderplatz ein einziger Jahrmarkt. Alle Zeitungen, Radiosender und Verlage und natürlich auch das DDR-Fernsehen waren vor Ort. Doch ging es nicht darum, den Honoratioren der SED eine Aufwartung zu machen, das „Pressefest" war die größte Spendenaktion der DDR. Bis zu 300 000 DDR-Bürger nutzten die Chance, sich mit Aktfotos des begehrten „Magazins" einzudecken, dem berühmten Ost-Sportreporter Heinz Florian Oertel hautnah zu begegnen, ihr Glück bei Lotterien oder bei der Versteigerung von Reisemitbringseln der DDR-Nachrichtenagentur ADN zu versuchen. Dieses Spenden-Event toppte alles. Bis zu 400 000 Mark der DDR verbuchte das Solidaritätskomitee an nur einem Tag. Und solche Veranstaltungen fanden auch an vielen anderen Orten der DDR statt.

DDR-SPENDEN WIRKEN HEUTE NOCH

Das Solidaritätskomitee der DDR war dem Zentralkomitee der Sozialistischen Einheitspartei Deutschlands (ZK der SED) und damit dem Staatsapparat unterstellt, formell aber unabhängig. Ein Umstand, der 1990 zur Gründung einer Nachfolgeorganisation als Verein, dem Solidaritätsdienst International e. V. und zu einer erbitterten Auseinandersetzung über das Vermögen des Solidaritätskomitees mit der Treuhand, der „Unabhängigen Kommission zur Überprüfung des Vermögens der Parteien und Massenorganisationen der DDR", sowie dem CSU-geführten Entwicklungshilfeministerium führte.

Schließlich einigte man sich 1992 auf einen Vergleich: Das Vermögen des ehemaligen

Neubrandenburg 1971, Pioniere üben Solidarität mit Vietnam.

Originaltext zur Bildmeldung der DDR-Nachrichtenagentur:
„Wir helfen dem tapferen Volk Vietnams" – unter diesem Motto bastelten die Pioniere der polytechnischen Oberschule IX in Neubrandenburg kleine Kunstgegenstände, die auf einer Tombola verlost werden und deren Erlös auf das Solidaritätskonto überwiesen wird. Stolz zeigen die Pioniere dem 2. Sekretär der DRV-Botschaft Bui Tru (3.v.r.) ihre Arbeiten. Bui Tru dankte den Pionieren und Schülern für ihre Aktivitäten und überreichte der Schule eine Urkunde und eine Ehrenplakette des Afro-Asiatischen Solidaritätskomitees der DDR.

Solidaritätskomitees der DDR wurde neu verteilt. 12,5 Millionen Deutsche Mark, die Währungsunion war bereits vollzogen, erhielt der Solidaritätsdienst International, 1,3 Millionen bekamen neugegründete Non-Profit-Organisationen mit dem Schwerpunkt Entwicklungshilfe, 5 Millionen wurden gemäß Einigungsvertrag eingezogen und verschwanden im Staatshaushalt, und 30 Millionen DM wurden für die Gründung einer Stiftung vorgesehen, die Non-Profit-Organisationen auf dem Gebiet der ehemaligen DDR fördern sollte.

Am 14. März 1994 wurde diese Stiftung in Berlin als „Stiftung Nord-Süd-Brücken" mit einem mittlerweile noch angewachsenen Kapitalstock von 33 Millionen D-Mark gegründet. Die Spenden der DDR-Bürger wirken also bis heute.

ZWANG ODER SOLIDARITÄT?

Doch wie kamen solche enormen Summen zustande? Waren es „Zwangsspenden", wie es Konrad Weiss, Bürgerrechtler und Abgeordneter für „Demokratie jetzt", am Entwicklungspolitischen Runden Tisch formulierte? Achim Reichardt, letzter Präsident des DDR-Solidaritätskomitees und Diplomat ist da heute noch ganz anderer Meinung:

„Der Begriff Zwangsspenden ist großer Unsinn und gehört zu den Verunglimpfungen gegen das solidarische Verhalten eines überwiegenden Teiles der DDR-Bevölkerung. Das Spendenaufkommen, welches über das Solidaritätskomitee gelaufen ist, lag in den 80er Jahren im Durchschnitt bei 200 Millionen Mark der DDR."

Allein im Jahr 1988 flossen dem Solidaritätskomitee über 255 Millionen Mark der DDR zu. Darunter auch über eine halbe Millionen DDR-Mark aus Nachlässen, 62 400 DDR-Mark über Sondermarken der DDR-Post und immerhin eine halbe Million DDR-Mark durch Kirchen und Religionsgemeinschaften.

Den Löwenanteil machten jedoch die Einzahlungen vieler Massenorganisationen der DDR aus. Allen voran ... ▶

Einkommen in der DDR

Eine Studie des Forschungsverbundes SED-Staat an der Freien Universität Berlin brachte 2011 ans Licht, was jeder ahnte: Das Vermögen der sozialistischen Gesellschaft der DDR war nicht gerecht verteilt. Auf nur etwa 10 Prozent der Sparkonteninhaber entfielen nach der Währungsunion am 1. Juli 1990 knapp 60 Prozent der Guthaben. Den reichsten zwei Prozent der DDR gehörten sogar rund 20 Prozent der Spareinlagen.

So viel wurde monatlich verdient:

Generalsekretär der SED:	8 000 Mark
Kandidaten des Politbüros:	6 500 Mark
Stasi-General:	4 000 bis 6 500 Mark
Kombinatsdirektor:	3 000 Mark
Bankdirektor:	2 500 bis 4 000 Mark
Ingenieur:	640 bis 1 200 Mark
Facharbeiter (Meister):	800 Mark
Polizist:	750 Mark
Verkäuferin	600 bis 800 Mark

Der staatlich festgesetzte Mindestlohn bei Vollzeittätigkeit betrug 1976 in der DDR 400 Mark. Die Mindest-Rente betrug 315 Mark. Studenten bekamen 200 Mark Stipendium (Die Miete im Wohnheim kostete 10 Mark monatlich).

Was war die Ost-Mark eigentlich wert?

Das durchschnittliche Haushaltseinkommen lag in der DDR 1980 bei 1720 Mark. Doch was konnte man sich davon kaufen? Alles, was man zum Leben unbedingt brauchte, wie Lebensmittel und Energie, war günstig, aber auch Bücher, Schulmaterialien und Theaterkarten. Teurer waren dagegen sogenannte Luxusgüter. Hier eine Aufzählung:

Brötchen:	5 Pfennig
Brot 1,5 kg:	80 Pfennig
Bus-Fahrschein:	20 Pfennig
Schreib-Heft DIN A5:	10 Pfennig
125 g Kaffee (Rondo, gemahlen)	8,75 Mark
Dose Ananas (im Delikat-Laden)	18 Mark
Miete Vollkomfort-Wohnung:	90–120 Mark
Miete Altbau-Wohnung:	ab 20 Mark
Schrankwand:	2 000–3 500 Mark
Farbfernseher:	3 500–5 000 Mark
PKW Trabant, neu (mit 15 Jahren Wartezeit):	10 000–13 500 Mark
PKW Trabant, gebraucht (sofort verfügbar):	30 000 Mark
1 Liter Benzin	1,53 Mark

(Quellen: FU Berlin, Wikipedia, Statistisches Jahrbuch der DDR)

▶ ... der Freie Deutsche Gewerkschaftsbund (FDGB). 85 Millionen Mark sammelten die fleißigen Gewerkschaftssekretäre von ihren Mitgliedern 1988 zusätzlich zum Mitgliedsbeitrag ein und klebten ihnen zum Dank Solidaritätsmarken in ihre Mitgliedsbücher. Formal stand es jedem frei, wie viel er spendete. Der ZK-Beschluss von 1982 hatte die Freiwilligkeit sogar betont, doch ein zumindest sozialer, wenn nicht sogar politischer Druck war kaum auszuschließen. Die Journalistin Marlies Menge brachte es 1980 in einem Artikel für die „Zeit" treffend auf den Punkt:

„Zwar wird gewitzelt, das Gehalt in der DDR wird demnächst in drei Währungen ausgezahlt: in Dollar für den Intershop, in Westgeld für die Handwerker und in DDR-Mark für den Soli.
Doch im Großen und Ganzen scheint man nichts gegen die Solidarität der DDR mit den Schwachen zu haben."

Auch das Interesse der DDR-Bürger an dem Verbleib der Spendengelder bezeichnete Achim Reichardt als „überschaubar". Das Komitee gab zusätzlich zu den Artikeln über Spendenübergaben in den Zeitungen der Gewerkschaften oder der DDR-Presse auch noch die Zeitschrift „Solidarität" in einer Auflage von 20 000 Stück heraus. Dem FDGB allerdings wurde nach 1989 nachgewiesen, etwa 100 Millionen Mark aus Spendengeldern 1984 für ein „Nationales Jugendfestival" und 1988 für ein „Pfingsttreffen" an die FDJ überwiesen zu haben. Nach Reichardt konnte jede Massenorganisation 15 Prozent der Spendengelder zum eigenen Zweck verwenden. Solidaritätsgelder waren aber definitiv für Hilfe in den Entwicklungsländern gedacht. Ein Beleg für die freiwillige Spendenbereitschaft der DDR-Bevölkerung könnte sein, dass den 85 Millionen Mark der 9,5 Millionen FDGB-Mitglieder dieselbe Summe an Einzeleinzahlungen von DDR-Bürgern, Kollektiven, Kindergärten und Schulen auf das Spendenkonto 444 des Solidaritätskomitees gegenüberstand. Selbst in der Zeit zwischen dem 7. Oktober 1989 und Juli 1990, mitten im Wendegetümmel, verbuchte das Solidaritätskomitee noch Spenden in Höhe von über 100 Millionen Mark und Nachlässe im Wert von über 368 000 Mark, was für ein Grundvertrauen gegenüber dem Solidaritätskomitee spricht.

EVENTS UND MEDIEN BRINGEN KOHLE

Schon von Kindesbeinen an lernten die DDR-Bürger, sich solidarisch zu verhalten. Kinder sammelten als Junge Pioniere Altpapier, das beim Altstoffhandel etwas Geld brachte und spendeten für Kinder in Kambodscha. Arbeitskollektive in Polikliniken, vergleichbar mit den heutigen Ärztehäusern, veranstalteten Kuchenbasare und sportliche Wettkämpfe und spendeten den Erlös für Kliniken in der Dritten Welt. Besonders dieser Eventcharakter ermöglichte teilweise erstaunliche Spendenergebnisse. Den Massenmedien der DDR kam hier eine zentrale Bedeutung zu, wie sich Reichardt erinnert:

„Ohne Zweifel haben Berichte in den Medien zur Spendenbereitschaft beigetragen. Das spürte man nach jeder Berichterstattung beziehungsweise auch nach den vielen Solidaritätsveranstaltungen in allen Bezirken der DDR. Intensive Kontakte mit Journalisten, Rundfunk und Fernsehverantwortlichen haben die Berichterstattung gefördert. In allen Bankfilialen lagen Solidaritätsschecks für das Solidaritätskonto 444 bereit. Damit konnte jeder Bürger sich selbstständig entscheiden zu spenden."

Wissenschaftler sind sich deshalb heute uneins darüber, ob die Bürger der DDR angesichts der Bilder von Naturkatastrophen und Kriegen auch freiwillig spendeten. Dass aber auch ein Druck bestand, beweist ausgerechnet der Verband der Journalisten, der von seinen Mitgliedern erwartete, einen Tagesverdienst für die Ausbildung von Kollegen in der Dritten Welt zu spenden.

Was war das Solidaritätskomitee der DDR?

Das Solidaritätskomitee der DDR war formal unabhängig, unterstand aber der direkten Kontrolle des Zentralkommitees der SED. Es war aus dem „Komitee der DDR für die Solidarität mit den Völkern Afrikas" hervorgegangen, das am 22. Juli 1960 gegründet wurde. Ziel war es, die vielen Solidaritätsaktivitäten zu bündeln und planbar zu gestalten. So verpflichteten sich Massenorganisationen mit 12 Millionen Mitgliedern, das Komitee zu unterstützen und waren über den „Politischen Rat" auch an den Entscheidungen über die zu fördernden Projekte beteiligt. Mitglieder des Rates waren auch staatliche Institutionen, wie das Ministerium für Materialwirtschaft, das Auswärtige Amt, der Außenhandel und Vertreter der Außenpolitik der SED. Als dieser Rat mit der politischen Wende kollabierte, gab sich das Komitee Mitte 1990 den neuen Namen „Solidaritätsdienst International" und firmierte fortan als Verein. Nach der Währungsunion betrug das Vermögen des Vereins fast 50 Millionen D-Mark.
Zwischenzeitlich kam es sogar zu Gesprächen über eine Übernahme durch die Deutsche Welthungerhilfe, die aber scheiterten. Es wurden aber gemeinsame Projekte vereinbart. 1992 fror die Treuhandanstalt die Konten des Vereins ein, und erst in einer zähen Verhandlung um das Vermögen des Vereins gelang ein Kompromiss. Eins der Ergebnisse war die Gründung der Stiftung Nord-Süd-Brücken 1994 mit 33 Millionen DM, die heute noch entwicklungspolitische Projekte in den neuen Bundesländern fördert. Der „Solidaritätsdienst International" ist heute eine Spendenorganisation mit dzi-Spendensiegel.

▶ *www.nord-sued-bruecken.de* ▶ *www.sodi.de*

Doch was machte man mit der Mark der DDR? Sie war nicht konvertierbar und hatte außerhalb der scharf bewachten Landesgrenzen keinerlei Wert. Günter Mittag, DDR-Wirtschaftsminister, versuchte sogar, die Spenden-Aktivitäten durch einen Beschluss des Zentralkomitees der SED im Jahr 1982 einzuschränken.

GELD OHNE WERT

Erich Honecker als Staatsratsvorsitzender oder der Vorsitzende des Ministerrats Willi Stoph hatten nämlich auf vielen Staatsbesuchen in Entwicklungsländern honorige Zusagen für Hilfsgüter gemacht. Das setzte die wenig rund laufende DDR-Volkswirtschaft gehörig unter Druck, diese Güter auch zeitnah zu liefern. Das Geld war da, aber man konnte sich ohne Vorausplanung in der DDR-Volkswirtschaft nichts davon kaufen. Deshalb wurde die Praxis der Solidaritätsschecks auf Staatsreisen 1983 völlig eingestellt. Auch Achim Reichardt musste sich um Hilfsgüter immer wieder intensiv bemühen:

„Natürlich war eine solidarische Hilfe mit der Spendenmark der DDR möglich. Das erfolgte unter anderem in Form von Warenlieferungen, vor allem bei Naturkatastrophen, Einrichtung von Kindergärten, Schulen, Universitäten, für Krankenhäuser. Viel Geld wurde vom Solidaritätskomitee für die berufliche Ausbildung sowie für das Studium von jungen Menschen an Hochschulen und Universitäten aus Entwicklungsländern bereitgestellt. Auch die Transportleistungen bezahlte das Solidaritätskomitee durch Regierungsbeschluss in Mark der DDR.“

Besonders die Spenden für die Ausbildung von Menschen aus Entwicklungsländern in der DDR boten eine Lösung, nicht mit der Planwirtschaft zu kollidieren und ernsthafte Versorgungsstörungen auszulösen. Außerdem lag es ganz auf Parteilinie.

Neben dieser staatlich gelenkten Spendenbereitschaft gab es aber auch noch eine andere Form des Fundraisings. Die erste Sammlung „Brot für die Welt“ der Evangelischen Kirchen hatte 1959 zu überraschend hohen Einahmen von 4,8 Millionen Ostmark geführt. Die SED hegte gegenüber den Kirchen ein echtes Misstrauen und befürchtete mit den Spendensammlungen Missionsaktivitäten. Nach Verhandlungen mit dem Deutschen Roten Kreuz wurden die Gelder ab 1960 über deren Konten weitergeleitet und in Hilfsgüter umgewandelt. Doch das lief sehr schleppend.

GROSSSPENDEN VOM KOMBINAT

Es änderte sich erst mit dem neuen Leiter der Aktion „Brot für die Welt“ Günther Otto aus Radebeul bei Dresden. Der findige Pfarrer machte ab 1980 ein effektives Großspendenfundraising, indem er direkt zu den Direktoren der großen Kombinate, vergleichbar mit größeren Firmen und Konzernen heute, ging und dort um Hilfsgüter für Projekte in Afrika, Asien, aber auch Griechenland warb. Normalerweise war die Beschaffung von Hilfsgütern der DDR nur über die staatliche Plankommission und das ihr vorstehende Ministerium für Materialwirtschaft möglich. Pfarrer Otto nutzte sogar die politische Stimmung und wandelte sie bei fehlender Hilfsbereitschaft der Kombinate in Argumente um.

„Sie bringen mich in eine unmögliche Lage, ich muss jetzt erklären, dass die DDR diese Hilfsgüter nicht liefern kann“,

erzählte der inzwischen verstorbene Pfarrer dem Fundraiser-Magazin in einem seiner letzten Interviews. Das DDR-Argument wirkte. So gewann er die Deutschen Werkstätten Hellerau, die Innenausstattung eines Altenheims in Griechenland zu ... ►

Solidaritätsmarken

Die „Soli“-Marke war für jeden DDR-Bürger Ausdruck seiner Spendenbereitschaft. Für jede Spende gab es eine Marke ins Mitgliedsbuch, sei es der Freie Deutsche Gewerkschaftsbund, der Frauen- oder der Bauernbund. Ursprünglich diente die Marke eigentlich nur zur korrekten Abrechnung bei den beteiligten Massenorganisationen der DDR. Das Solidaritätskomitee vergab zum Beispiel gar keine Marken. Trotzdem können die meisten DDR-Bürger so heute noch nachvollziehen, wie viel sie gespendet haben.

W 50 statt Mercedes

Das Solidaritätskomitee hatte wenig Berührungsängste mit kirchlichen Organisationen. So meldeten sich die Siebenten-Tags-Adventisten aus der Schweiz beim Präsidenten des Komitees Achim Reichardt und baten um die Lieferung von Lastkraftwagen der DDR-Marke W 50 für ihre Projekte in Angola und Mosambik. Die DDR unterstützte diese Länder schon länger und hatte Werkstätten und Ersatzteilbestände dieser Marke vor Ort aufgebaut. Für die Schweizer war klar, dass es sinnvoll war, deshalb diese LKW zu nutzen. Nach einem halben Jahr gelang es dem Solidaritätskomitee, die Laster zu beschaffen und auszuliefern.

Eine Mark für Espenhain

Umweltgruppen machten seit den 1980er Jahren Missstände in der DDR immer häufiger öffentlich. Ein Schwerpunkt war der Südraum Leipzigs, wo Braunkohlenabbau und Karbonchemie die Umwelt enorm belasteten. Die Aktion „Eine Mark für Espenhain oder Ein Protest bekommt Flügel“ war als öffentliches

Bekenntnis für Veränderung geplant. Da Unterschriftensammlungen verboten waren, sammelten die Aktivisten des Christlichen Umweltseminars Rötha (CUR) und des ökologischen Arbeitskreises der Dresdner Kirchenbezirke ab Juni 1988 eine Mark pro Person und ließen sich das per Unterschrift quittieren.

Die hierbei zusammengetragene Summe sollte der Betriebsleitung im Braunkohlenwerk Espenhain überreicht werden und, einem Flugblatt zufolge, „einen Anfang für Verbesserungen in Espenhain ermöglichen“. Bis zum März 1989 waren bereits 13 000 Unterschriften und Mark der DDR zusammengekommen.

„Die Aktion breitete sich so schnell aus, dass weder der argwöhnische Staat noch unsere matte Mutter Kirche zum Einschreiten und Abblasen kam“, beschreibt das der Verein auf seiner Website. Insgesamt wurden 100 000 Mark für Espenhain gesammelt. Das Werk Espenhain wurde nach der Wende im August 1990 stillgelegt. Nach der Währungsumstellung und einer Aktion anlässlich des Geburtstages eines CUR-Mitglieds belief sich die Summe auf etwa 75 000 DM. Diese bildete den Grundstock für die „Zukunftsstiftung Südraum Leipzig“ des „Christlichen Umweltseminars Rötha e. V.“.

▶ *www.cur-kulturbuero.de*

▶ ... übernehmen. Günther Otto setzte dabei auf Durchsetzungskraft, Freundlichkeit und Verbindlichkeit. „Ich führte in dieser Zeit so etwas wie einen Gemischtwarenladen.“ Er hielt Kontakt mit etlichen DDR-Betrieben, fragte freundlich, aber bestimmt und wenn nötig auch öfter nach Hilfsgütern, die gerade benötigt wurden. So kamen Zelte, Decken und Krankenhausausstattungen zusammen. Betriebe legten sogar Sonderproduktionen ein, um Hilfe ins Ausland zu senden. Seine Kontakte zur DDR-Fluglinie Interflug waren so gut, dass Güter nach Asien und Afrika per Flugzeug versendet werden konnten.

Auch das DDR-Solidaritätskomitee pflegte aus praktischen Gründen eher den Direktkontakt zu den volkseigene Betrieben.

„Durch diese Kontakte bekamen wir dann Hinweise und Anrufe direkt von den Firmen, die uns Kleidung, Stoffe oder Einrichtungsgegenstände zum Abgabepreis verkauften.
Da haben wir die Regierungsstelle, das Ministerium für Materialwirtschaft, überhaupt nicht mehr gebraucht und dessen Minister sagte mir mal im Vertrauen: ‚Herr Reichardt, am besten ist, mir nicht immer alles zu erzählen.‘
So haben wir dann auch zusammengearbeitet und viele Dinge gar nicht offiziell gemacht.“

„Brot für die Welt“ war aber noch in anderem Sinne wichtig, denn viele Gruppen außerhalb des staatlichen Systems wollten Solidarität üben, sich aber in der Bestimmung der Gelder nichts vorschreiben lassen. Für sie war die kirchliche Aktion ein Anlaufpunkt, um ihre Spenden als Hilfsgüter weiterzuleiten. Otto scheute sich auch nicht, mit dem Solidaritätskomitee bei Transportfragen zusammenzuarbeiten. Dabei setzte er aber inhaltlich auf klare Abgrenzung:

„Ich wollte nicht, dass unsere Aktion mit dem Solidaritätskomitee verwechselt wird. Die interessierten sich vor allem für bewaffnete Aufständische und erzwangen bei der Gehaltszahlung einen ‚Soli-Beitrag‘“,

sagte er damals. Die Wahrnehmung der Freiwilligkeit des sogenannten Solidaritätsbeitrags war offensichtlich sehr unterschiedlich, was auch nach der politischen Wende zu großen Kontroversen um das Vermögen des Solidaritätskomitees führte. Als schwierig erwies sich auch die fehlende Werbung für kirchliche Sammelaktionen, denn die DDR verbot die Einfuhr von Werbematerial. Nur in kirchlichen Räumen konnte die Kirche effektiv werben. Immerhin 159 Millionen Mark der DDR kamen so bis 1989 zusammen.

PETITION FÜR ESPENHAIN

Eine echte Werbeaktion mit Petition gab es in der DDR aber dennoch. Trotz des Verbotes von Unterschriftensammlungen und Genehmigungspflicht für Veranstaltungen startete 1988 eine Gruppe von Umweltaktivisten die Aktion „Eine Mark für Espenhain“. Die Stadt Espenhain bei Leipzig galt wegen des umliegenden Braunkohleabbaus und der chemischen Werke als die dreckigste Ecke in der DDR. Hier konnten im Mai schon mal die Blätter von den Bäumen fallen, weil die Luftverschmutzung so hoch war. Gemäß der Losung der DDR „Arbeite mit, plane mit, regiere mit“ entschloss sich das „Christliche Umweltseminar Rötha“, mehr Aufmerksamkeit für diese Umweltverschmutzung zu erreichen. Auf Gemeindeabenden wurde ein Dia-Vortrag gezeigt und „Spendenbriefe“ an Umweltgruppen übergeben, mit der Bitte diese Information zu verteilen. Offiziell bat man um eine Mark für Espenhain, um Veränderungen zu ermöglichen. Dabei wurde natürlich wie selbstverständlich auch die Unterschrift der Spender quittiert. Insgesamt kamen so 100 000 Unterschriften und dieselbe Summe in Mark der DDR zusammen.

IDEEN, MUT UND ÜBERZEUGUNG

Das Fundraising in der DDR war zweifelsohne zentralistisch, politisch geprägt und stark vorgegeben. Doch viele Bürger spendeten auch direkt, ob aus christlicher oder humanistischer Überzeugung. Nach der politischen Wende bildeten sich neue

Strukturen. Viele Vereine bieten heute dem Spender auch viele Möglichkeiten, sich für die verschiedensten Zwecke, teilweise im selben Land, einzusetzen. Ein Umstand, den Achim Reichardt für verbesserungswürdig hält.

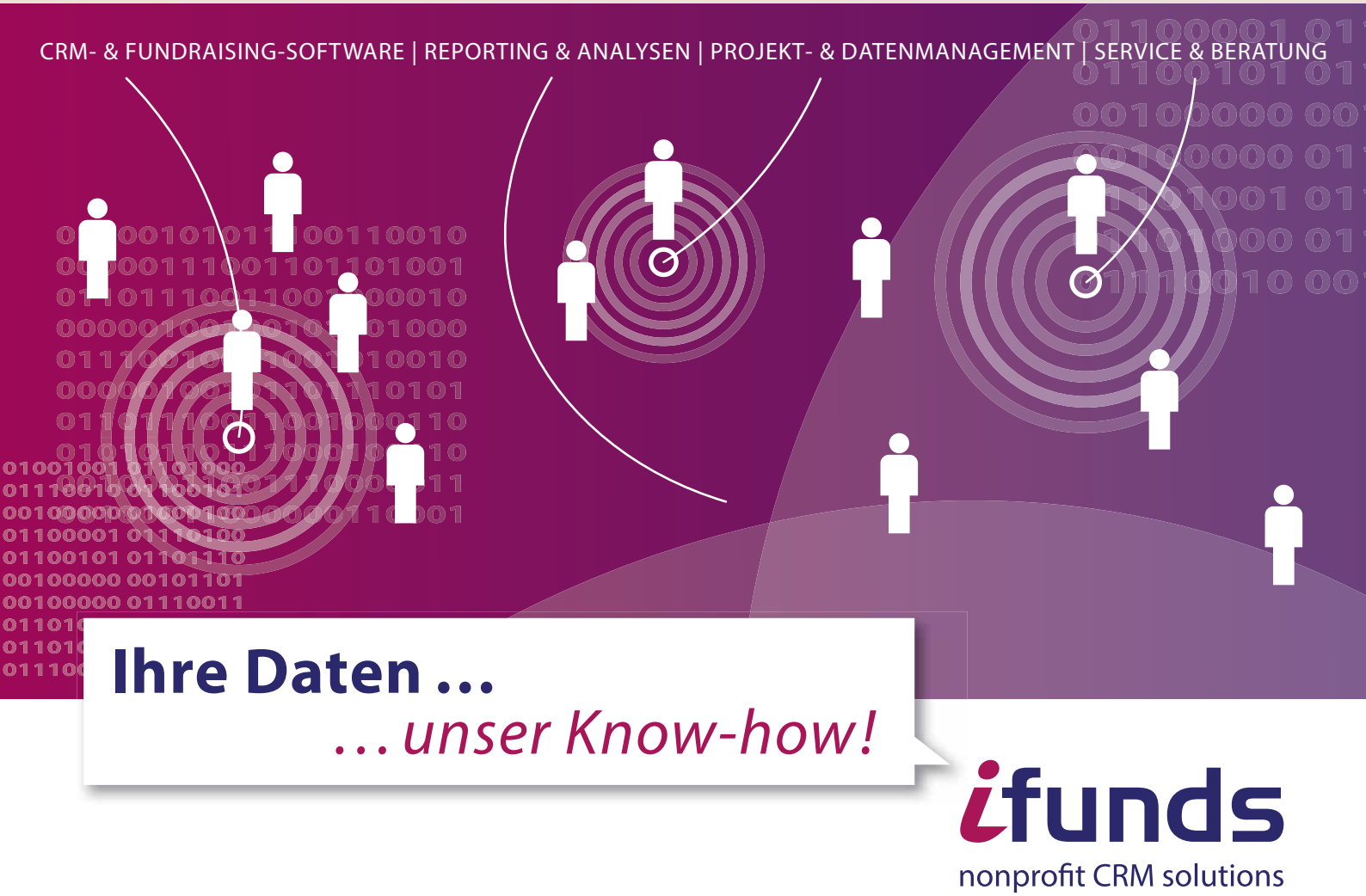
„Ich würde mir wünschen, dass sich die vielen Vereine in der BRD mit Hilfe der Verbände für Entwicklungspolitik wie VENRO die Mühe machen, in Deutschland arbeitende Nicht-Regierungs-Organisationen für ein bestimmtes Land zusammenzubringen.
Es sollte doch möglich sein, dass sich fünf Vereine, die sich mit einem Land beschäftigen, vereinen, um effektiver zu arbeiten. Es ist wohl schon ein positives Zeichen, dass sich bei Naturkatastrophen einige Organisationen auf ein einziges Spendenkonto einigen konnten, um die Gelder nicht zu verzetteln.“

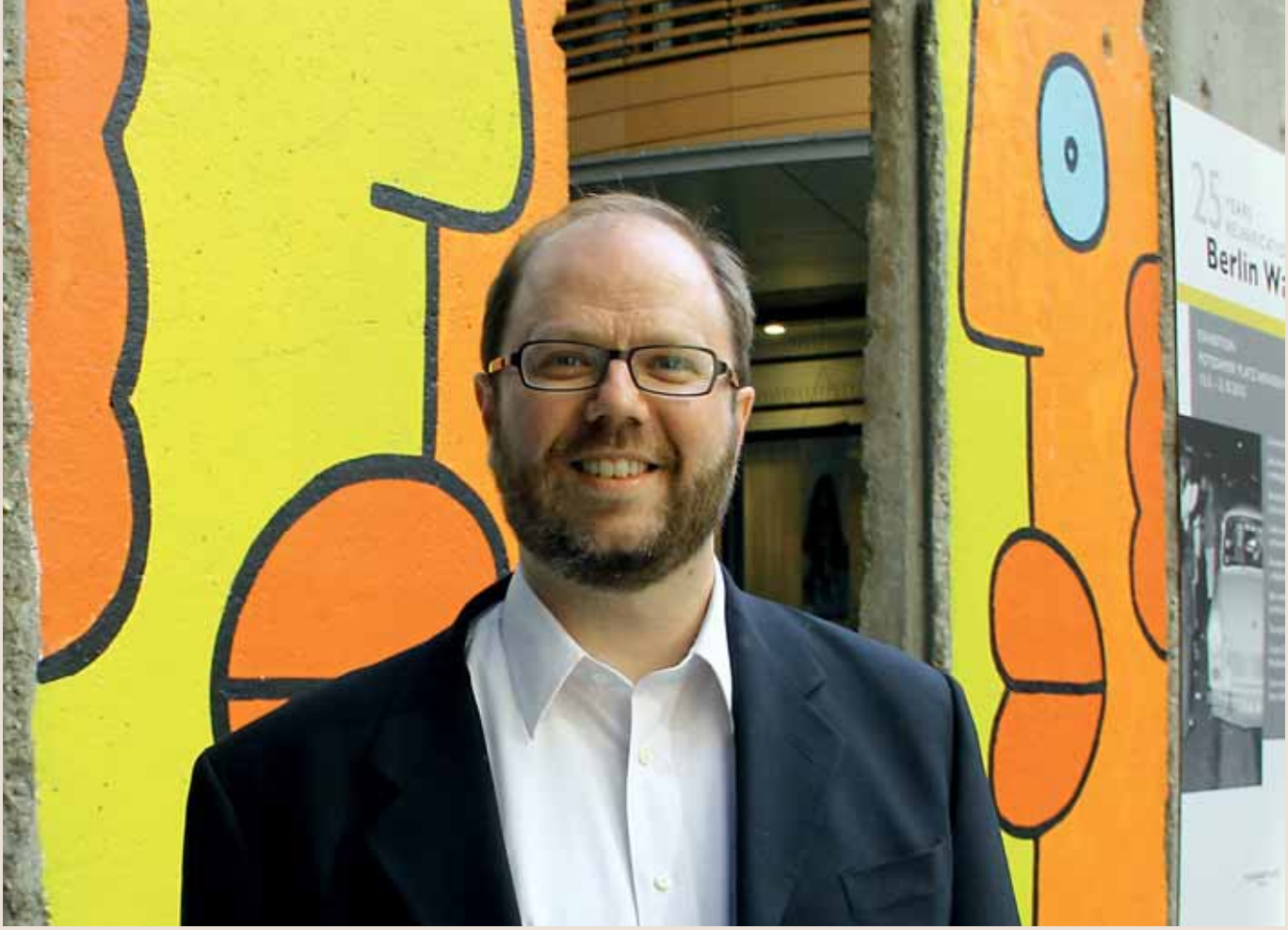
Eine Beschäftigung mit dem Fundraising in der DDR zeigt, dass abseits von zentraler Steuerung und Medienunterstützung, Ideenreichtum, Mut und Überzeugungskraft entscheidend waren, um erfolgreich zu sein. Tugenden, die Fundraiserinnen und Fundraisern auch heute noch gut zu Gesicht stehen.

Amnesty International in der DDR

Die wenigsten DDR-Bürger hatten eine Ahnung von Amnesty International (AI). Man musste die eigene Presse schon genau lesen, um die vereinzelten Hinweise auf die Arbeit der Menschenrechtsorganisation zu finden. Unter Aktivisten der Kirchen kursierte das Flugblatt „Was ist Amnesty International“. Christoph Hering, Sohn eines Pfarrers, stellte 1986 den Antrag auf Gründung einer Gruppe von Amnesty International in der DDR. Der Pfarrerssohn war schon häufig bei der Staatsmacht angeeckt. Erst im August 1988, nach mehreren Anläufen, kam es im Ministerium des Innern zur Aussprache mit dem Theologiestudenten. Dort wurde ihm klargemacht, dass die Gründung einer AI-Sektion nicht möglich sei. Das Ministerium für Staatssicherheit hatte die Aktivitäten von AI auf dem Gebiet schon länger auf dem Schirm, dokumentierte 1967 sogar die Bereitschaft eines Thüringers, der 10 Mark der DDR an die Londoner Sektion von AI spenden wollte. Bereits am 28. November 1989 wiederholte Hering seinen Antrag. Im März 1990 gründet sich die erste AI-Sektion der DDR.

Literaturtipp: Anja Mihr. Amnesty International in der DDR. Christoph Links Verlag. 2002.





Was wir aus der Geschichte lernen

Der Eiserne Vorhang konnte die Philanthropie nicht stoppen

Über mehrere Wochen hat Gregory Witkowski den Staub in Berliner Archiven aufgewühlt. Er erforscht die Entwicklung der Philanthropie in der DDR. Im Juni 2015 endete die jüngste Forschungsreise des Historikers aus Indianapolis. Er war sich wieder sicher: Wer die Geschichte kennt, begreift auch Trends und Effekte philanthropischen Handelns. wir haben ihn auf einem Streifzug durch Berlin begleitet.

Von PAUL STADELHOFER

Manche Fundraiser überlegen, was die neuesten Trends und Innovationen im Fundraising sind. Witkowski hingegen schaut auf das, was bereits geschah. Die Geschichte der Philanthropie in der DDR biete einen Schlüssel zum Engagement der Deutschen, sagt der Associate Professor of Philanthropic Studies von der Lilly Family School of Philanthropy der Indiana University. „Der ostdeutsche Staat versuchte, unabhängiges Engagement in der Bevölkerung zu unterdrücken, und er zerstörte viele Institutionen, welche die Autorität des Staates untergraben könnten", erklärt Witkowski. Er läuft über den Potsdamer Platz durch den Berliner Verkehr: „Der Non-Profit Sektor wurde dennoch zu einem Schauplatz für das Wetteifern beider deutscher Staaten im Kalten Krieg, und er war ein Schauplatz, auf dem die DDR frühe Erfolge erzielen konnte."

DER DRITTE SEKTOR IM KALTEN KRIEG

Beispielsweise konnte die DDR entgegen der Hallstein-Doktrin Anerkennung als Staat gewinnen, indem das Internationale Komitee des Roten Kreuzes den 1952 gegründeten Teilverband in der DDR nach zwei Jahren offiziell anerkannte. Bald instrumentalisierte der Staat die Philanthropie, um internationale Beziehungen zu beeinflussen. Ein eigenes Solidaritätskomitee wurde eingerichtet, einige kirchliche Kampagnen wurden genehmigt und einige unabhängige Spendensammlungen erlaubt. „Die Organisationen waren gewissermaßen auf die finanzielle und ökonomische Infrastruktur angewiesen, bewahrten sich in der Verteilung von internationalen Hilfsgütern aber auch ihre Eigenständigkeit", sagt Witkowski.

Er setzt sich in ein Café auf der Alten Potsdamer Straße und erklärt weiter: „Zum Beispiel gab es da die ‚Initiative Hoffnung Nicaragua', die Anfang der 1980er gegründet wurde. Interessant daran war, dass sie ein Land unterstützen wollte, das auch von der Regierung unterstützt wurde. Vor allem, da sie dieses Land aber unabhängig

unterstützen wollte. Binnen zwei Jahren gelang es der Initiative, zwischen 100 000 und 150 000 Ost-Mark zu sammeln und als Graswurzel-Projekt substanzielle Erfolge zu erzielen.“ Projekte wie die Initiative Hoffnung für Nicaragua wurden strikt von der Staatssicherheit überwacht, zeigten aber zugleich die Autonomie der Philanthropie, sagt Witkowski: „Die Philanthropie zeigte den Ostdeutschen, dass sie ihre Ziele durch selbstständige Organisation erreichen konnten und damit war die Philanthropie sowohl eine Manifestation der Unabhängigkeit als auch einer ihrer Gründe.“

PHILANTHROPIE ZWISCHEN KAPITALISMUS UND KOMMUNISMUS

Was Fundraiser aus dieser Geschichte über ihre Spender und ihre Arbeit lernen? „Philanthropie ist ein personaler Akt, häufig eine Reflexion der individuellen Werte einer Person. Durch die Gabe bestärkt man seine Werte in einer Handlung. Den Ostdeutschen ermöglichte es die Philanthropie, ihre Handlungen in einer globalen Umwelt zu begreifen – auch wenn sie nicht selbst in die bedürftigen Gebiete reisen konnten, konnten ihre Spenden zu Hilfe kommen. In diesem Sinne ermöglichte die Philanthropie ein Gefühl der Verbundenheit mit Entwicklungsländern und Solidarität mit den Menschen. Dieses Konzept der Solidarität, mehr Empathie als Sympathie, war wichtig für alle ostdeutschen Spendensammlungen, egal ob sie christlich, kommunistisch oder unabhängig waren. Auf diese Weise sahen sich die Beteiligten in einem weiteren Kontext als der Ost-West-Teilung“, erklärt Witkowski.

Seine Folgerung: Beim Spenden geht es darum, Teil eines größeren Ganzen zu sein. Mitunter bot es sogar die Hoffnung darauf, einen dritten Weg zwischen Kapitalismus und sowjetischem Kommunismus einzuschlagen: „Die internationale Hilfe war ein Teil des sich wandelnden Konzepts von Identität in Deutschland im Sinne einer globalen Sphäre.“

GESCHICHTE KANN MEHR ALS STATISTIK

Zurück in die Zukunft. Wittkowski steht Mitte Juni neben einem erhaltenen Stück Berliner Mauer in der Alten Potsdamer Straße. Bei der Frage, was Fundraiser in den neuen Bundesländern aus der Geschichte lernen, nickt er und schweigt einen Moment. Dann verschränkt er die Arme: „Wir lernen, wie die ostdeutsche Gesellschaft strukturiert war: Es wurde viel gemacht mit offiziellen und gleichgeschalteten Organisationen, aber wenn Sie wirklich etwas erledigen wollten, haben Sie öfter in anderen Netzwerken gearbeitet. Es ist wichtig zu sehen, dass es im Osten immer noch ein solches Gemeinschaftsgefühl gibt. Ich gebe gerne zu, dass es Evidenz dafür gibt, dass in Ostdeutschland weniger Engagement als in Westdeutschland vorhanden ist. Ostdeutsche sind eher nicht in einen Verein eingetreten, haben auf der anderen Seite aber ohne feste Form geholfen. Dieses Muster besteht nach der Wende fort. Neuere Studien zeigen, dass Bürgerstiftungen in Westdeutschland zwar mehr Vermögen haben, dass in ostdeutschen Bürgerstiftungen aber das Engagement höher ist. Diese halborganisierte Herangehensweise zur Philanthropie scheint Ostdeutsche anzusprechen.“

Geschichte als Ausweg aus der blinden Statistik? Für Witkowski bildet sie ein wichtiges Korrektiv: „Ich persönlich mache mir Sorgen über die Konzentration auf Statistiken, weil sie nur gut darin sind, einzelne Outcomes wiederzugeben und einen generellen Fokus auf den Output legen. Bedeutet das, dass wir die Philanthropie nur zu jenen Zwecken bewegen, die von der Statistik erfasst werden können, oder sollten wir die Spenden nicht eher an gesellschaftlichen Bedürfnissen ausrichten?“ Der Historiker denkt weiter: „So wie die Philanthropie in der DDR dem Staat dabei half, seine Ziele und die internationale Anerkennung zu erreichen, hatte sie letzten Endes den Effekt, die staatliche Bestrebung nach totaler Autorität herauszufordern. Auf diese Weise war eine ungeplante Folge der internationalen Hilfe, dass separate Handlungsspielräume geschaffen wurden.“

Lesen Sie ein Interview mit Gregory Witkowski auf
▸ *www.fundraiser-magazin.de*

Diese Spendenquittung hat Gewicht.

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

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

SPENDENSTEIN

Fundraising mit Mehrwert!
NEU!
www.spendenstein.de

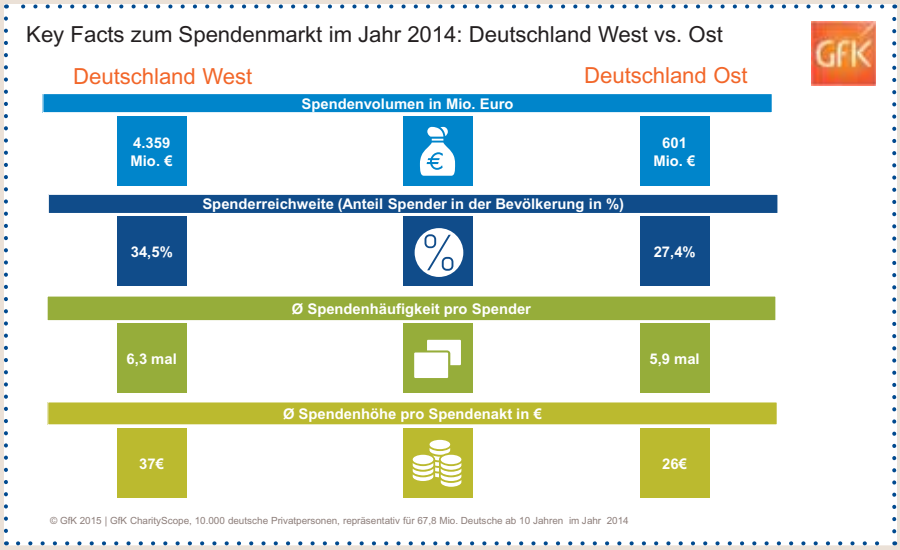
* Die Gesellschaft der Freunde des Dessau-Wörlitzer Gartenreiches e.V. setzt bei der Finanzierung der Sanierung des Eichenkranzes auch auf den Spendenstein.

Warum spenden die „Ossis“ anders?

Spender im Osten und Westen Deutschlands: Was trennt und was verbindet sie?

Die Menschen im Westen Deutschlands zeigen sich spendenfreudiger als im Osten. Diese Tatsache bestätigt sich jedes Jahr aufs Neue und betrifft alle Kennzahlen: Der Anteil der Menschen in der Bevölkerung, die überhaupt spenden, liegt im Westen mit 34,5 Prozent um 8 Prozentpunkte über dem Osten, die Spender spenden häufiger und ihre Durchschnittsspende ist höher.

Von GERTRUD BOHRER



Die Unterschiede zwischen Ost und West betreffen auch 25 Jahre nach der „Wende“ alle Altersklassen. Der Anteil der Spender im Osten bleibt im Durchschnitt um 6 bis 10 Prozentpunkte unter den Gleichaltrigen im Westen. Bei Jüngeren sind die Unterschiede zwar etwas geringer als bei der Generation 60+, aber sie sind nach wie vor vorhanden.

Worauf sind diese Unterschiede zurückzuführen? Eine naheliegende Erklärung ist das immer noch vorhandene Wohlstands- und Einkommensgefälle zwischen West und Ost. Das durchschnittliche Haushaltsnetto-Einkommen liegt im Westen mit 3 234 Euro (Quelle: Destatis) deutlich über dem Osten (2 470 €). Darüber hinaus verfügen westdeutsche Haushalte im Durchschnitt über mehr als doppelt so viel Vermögen wie Haushalte in Ostdeutschland (Quelle: DIW Wochenbericht 14, 2014).

Die Unterschiede im Spendenverhalten lassen sich teilweise auf diese Faktoren zurückführen. Aber die Analyse der soziodemografischen Struktur der Spender zeigt, dass Wohlstand allein nicht die Ursache der geringeren Spendenfreudigkeit in Ostdeutschland sein kann. Denn auch und gerade in den höheren Einkommensklassen sind die Menschen in Westdeutschland grundsätzlich eher bereit zu spenden. So haben im Jahr 2014 im Westen 42 Prozent der Personen mit einem Haushaltsnetto-Einkommen über 3750 Euro mindestens einmal Geld gespendet. Im Osten dagegen lag der Anteil der Spender bei den Einkommensklassen über 3.750 Euro nur bei 24 Prozent – und damit sogar unter dem ostdeutschen Durchschnitt von 27 Prozent.

Die Einstellungen zum Spenden zeigen gravierende Unterschiede zwischen West und Ost. Offensichtlich ist Spenden im Osten nicht in dem Maße verankert wie im Westen. Die Bevölkerung im Osten sieht die Verantwortung für Arme und Bedürftige eher beim Staat, Spenden ist für sie keine Selbstverständlichkeit, und sie ist deutlich weniger bereit zu spenden, um die Not von Bedürftigen zu lindern. Gleichzeitig empfindet sie eine noch größere Unsicherheit, welcher Organisation sie wirklich vertrauen kann und fühlt sich von der Vielzahl von Organisationen überfordert.

Kirchlich gebundene Menschen spenden weit überproportional – dies gilt für den Westen und den Osten gleichermaßen. Aber: Der Anteil der Menschen, die – wenn auch meist nur selten – Gottesdienste besuchen, liegt im Westen immerhin noch bei 45 Prozent – im Osten dagegen nur bei 26 Prozent. Für das Spendenaufkommen haben diese kirchlich gebundenen Menschen nach wie vor eine hohe Bedeutung. Sie stehen für 77 Prozent der Spendengelder von deutschen Privatpersonen im Westen und 53 Prozent im Osten.

Wie kann man die zunehmende Zahl der nicht kirchlich gebundenen Menschen, für die Spenden keine Selbstverständlichkeit ist, ansprechen und zum Spenden motivieren? Der erste Schritt besteht im Aufbau von Vertrauen und einer klaren Erklärung, warum es wichtig ist, dass der Bürger unabhängig vom Staat seinen Beitrag leistet. Dass dies möglich ist, zeigen die Reaktionen nach der Hochwasserkatastrophe in Deutschland im Jahr 2013. Speziell im Osten haben die Menschen in den betroffenen Gebieten hier ein hohes Maß an Solidarität bewiesen und ihr Spendenvolumen deutlich gesteigert.

Diplom-Psychologin Gertrud Bohrer ist seit über 20 Jahren in der Marktforschung für unterschiedliche Branchen und Unternehmen tätig. Seit Juli 2011 hat sie als Key Account Managerin die Betreuung und Beratung der Fundraising-Branche bei der GfK übernommen. Basis der Beratung ist in erster Linie das Instrument GfK CharityScope, das die Entwicklungen im deutschen Spendenmarkt bezogen auf Regionen, Organisationen und Zielgruppen aufzeigt und damit Ansatzpunkte für die strategische Ausrichtung der Fundraising-Aktivitäten liefert.

▶ *www.gfk.com*

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

Rebellion gegen die Tradition

Die Sea-Shepherd-Aktivisten kämpfen gegen das sinnlose Töten von Grindwalen

Auf den Färöer-Inseln werden nach altem Brauch tausende Grindwale ermordet. Die Meeresschützer von Sea Shepherd wollen den Blutrausch stoppen – koste es, was es wolle. Mit an Bord sind zwei junge Deutsche. Ortstermin im Norden Europas.

Von TOM WAURIG

Es ist still an diesem Morgen im Juli. Nur das Trommeln der dicken Regentropfen auf dem blechernen Dach des alten Fischerhauses ist zu hören. Ein graues Wolkenband umhüllt die umliegenden Berghänge in Kvívík, einem idyllischen Dorf auf den Färöern, das nicht mehr als ein paar hundert Einwohner zählt. Es ist ein erstes Kennenlernen dieser touristisch noch wenig erschlossenen Inselgruppe im Norden Europas, gelegen zwischen Island und den Britischen Inseln.

In einer nahegelegenen Bucht liegt der imposante Trimaran „Brigitte Bardot", eins von sieben Schiffen der 40 Jahre alten Tierschutzorganisation Sea Shepherd, vor Anker. Die Meereshirten haben sich dem Schutz der Ozeane verschrieben. Robbenjagd, Walfang und Überfischung sind dabei die drängenden Probleme, gegen die sie aufbegehren. Unterschriftenlisten oder Petitionen sucht man indes vergebens.

ZWISCHEN GENIE UND WAHNSINN

Gegründet wurde die nunmehr global agierende Bewegung vom Kanadier Paul Watson, der zuvor mit Greenpeace im Streit um den Einsatz von Gewalt auseinandergegangen war. Lautstarke Proteste mit markigen Sprüchen waren dem heute 65-Jährigen zu wenig. Von Beginn an hatte er die Maxime der aggressiven Gewaltlosigkeit ausgegeben. Kritiker aber werfen ihm Öko-Terrorismus vor.

Watson zieht sich inzwischen merklich zurück, überlässt anderen das Steuer. Seit gut drei Jahren wird er von Interpol mit einem Haftbefehl gesucht – erfolglos. Er balanciert gekonnt auf dem schmalen Grat zwischen Hass und Vergötterung, Angeklagtem und Ankläger. Sea Shepherd polarisiert wie keine andere Organisation. Das weckt nicht nur Interesse, sondern bringt personellen Zulauf.

Auch in Deutschland findet die Bewegung immer mehr prominente Paten, wie Fernsehkoch Tim Mälzer oder GZSZ-Schauspielerin Anne Menden. Auf den Fußball-Trikots des einstigen Europapokal-Finalisten Carl Zeiss Jena prangt zum Auftakt der neuen Regionalliga-Saison das Logo der Tierschützer, ein Totenkopf mit Dreizack und Hirtenstab. Initiator und Finanzier dieser Aktion ist die Thüringer Metalcore-Band „Heaven Shall Burn".

SYMPATHISANTEN AUS ALLER WELT

Aber wer könnte besser über das Mysterium dieser Organisation sprechen als die Freiwilligen, die in den Sommermonaten auf die Färöern reisen, um das Töten zu dokumentieren und aufzuhalten. Sie sind über das ganze Land verteilt, harren teilweise auf Schiffen aus. Einige hundert werden bis Oktober auf den „Schafsinseln" gewesen sein. Jeder so lange, wie es seine Zeit hergibt. Einzig die Unterkunft wird gestellt. Eine Entlohnung gibt es nicht, Flugkosten und Essen sind selbst zu bezahlen. Die meisten leben vegetarisch oder vegan. Warum Grindwale schützen, aber Kühe essen? Für die Hüter der Meere geht es ums Ganze.

Einer von ihnen ist Niels Greskewitz, 28. Er trägt Wuschelfrisur, Dreitagebart und großflächige Tattoos am rechten Unterarm. Als „Hamburger Jung“ zog es ihn oft zum Angel-Urlaub nach Dänemark. Kaum einen Gedanken habe er dabei an die Fische verschwendet, sein Verhalten später umso heftiger kritisiert. „Eigentlich ist das kacke, was man 20 Jahre lang gemacht hat“, sagt er heute. Deshalb hat er seinen Lebensstil radikal umgekrempelt. Was folgte, nennt er eine „typische Sea-Shepherd-Karriere“.

AUF EIGENE KOSTEN INS ABENTEUER

Angefangen hat die mit der US-amerikanischen TV-Serie „Whale Wars“, die den Einsatz von Watson und seinen Anhängern 62 Folgen lang dokumentiert. Weiter ging es mit Freiwilligenarbeit am Infostand, Einsätzen in Japan, Schottland und nun zum zweiten Mal auf den Färöer-Inseln. Seine Motivation ist kurz beschrieben. „Wir wollen es stoppen“, stellt er klar. Gemeint ist der Grindadráp, das jahrhundertelange Schlachten der Delfine, zu denen der Grindwal zählt.

Um in den Kampf gegen Tierquäler und Umweltsünder zu ziehen, braucht es nicht nur selbstlose Aktivisten, sondern auch viel Geld. Die Instandhaltung der Flotte ist besonders kostenintensiv. Gut 12 Millionen Euro Spenden kommen jedes Jahr zusammen, zum Beispiel durch finanzstarke Unterstützer, wie North-Face-Gründer Douglas Tompkins oder US-Moderator Bob Barker. Obendrein werden unzählige Sachspenden geleistet, vor allem Ausrüstung und Verpflegung. Sponsoren gibt es keine, „um unabhängig zu bleiben und das tun zu können, was notwendig ist“, erklärt Greskewitz.

DAS GEFÜHL, UNERWÜNSCHT ZU SEIN

Es ist eine Reise ins Ungewisse, die ohne Zusammenhalt nicht funktioniert. „Wir sind auf einer Insel, wo man davon ausgehen muss, dass Zehntausende uns nicht so gerne haben.“ Es ist ein Familiengefühl auf Zeit. Dazu gehöre es aber, „aufeinander aufzupassen“. Greskewitz trägt die Verantwortung für eine siebenköpfige Mannschaft, steht ständig im Kontakt mit den anderen Freiwilligen aus Südafrika, Ecuador oder Frankreich.

Die Färinger seien in diesem Jahr deutlich feindseliger eingestellt. An wüste Beschimpfungen und ausgestreckte Mittelfinger haben sich die Aktivisten inzwischen gewöhnt. Kurz vor der Ankunft auf den Inseln hat das Parlament ein Gesetz erlassen, das dazu verpflichtet, die Polizei zu informieren, sobald Flossen im Wasser zu sehen sind. Wer sich dem widersetzt, muss mit bis zu zwei Jahren Haft rechnen. Die Regierung ruderte nach wütenden Anrufen vieler Touristenbüros zurück.

Kurzer Moment für ein Team-Foto

Folglich galt das Gesetz nur noch für Sea Shepherd. Dass die Politik es mit ihrem Erlass durchaus ernst meint, beweisen die Festnahmen von insgesamt sieben Freiwilligen in einer Woche, unter tosendem Beifall der umstehenden Färinger. Sie müssen sich nun vor Gericht verantworten. Ihnen droht eine Gefängnisstrafe.

TAG UND NACHT AUF PATROUILLE

Es war die erste Konfrontation in diesem Jahr. Seit Mitte Juni läuft die Operation „Sleppid Grindini“, wörtlich übersetzt „Lasst die Wale frei“. Der Alltag der Freiwilligen ist wenig abwechslungsreich. Der Wecker klingelt zwischen drei und halb vier morgens. Zeit für ein ausgiebiges Frühstück bleibt nicht. Auch die Fischer fahren zeitig raus. Greskewitz und seine Mitstreiter patrouillieren bis zu 16 Stunden am Tag, an verschiedenen Plätzen der Insel. Die Aufgabe ist denkbar einfach und doch aussichtlos: die Wale vor allen anderen sichten, um sie mit Booten von den Fjorden fernzuhalten. Das gelingt leider nur selten.

Eine Gruppe Wale ist inmitten des Fjords gesichtet worden. Dann heißt es „Grindabod!“. Wenn dieser Ruf ertönt, lassen die Färinger alles stehen und liegen. Motorboote ▶

Lagebesprechung am Strand: „Wir sind auf einer Insel, wo man davon ausgehen muss, dass Zehntausende uns nicht so gerne haben.“

Die Sam Simon legt an: eins von sieben Schiffen der 40 Jahre alten Tierschutzorganisation Sea Shepherd.

... laufen aus, um die über hundert Tiere zusammenzutreiben. Gibt der örtliche Polizeichef sein Einverständnis, werden sie in die nächste Bucht gedrängt und das Abschlachten der Meeressäuger beginnt.

Greskewitz' deutscher Kompagnon, Nico Flathmann, hatte den Einwegtunnel bereits vor dem Eintreffen der Polizei passieren können, um alles live mitanzusehen. Aufgewachsen ist er in Bremerhaven. Fremd ist ihm die raue See daher nicht. Seinen Hals ziert eine Kette in Form einer hölzernen Flosse – ein Symbol für seinen Enthusiasmus. Ausschlaggebend war die Begegnung mit einem Schwertwal während einer Grönland-Reise. „Ich will meinen Kindern später nicht sagen müssen: Schaut mal, das ist ein Orca – den werdet ihr aber nie wiedersehen, weil der ausgestorben ist."

BLUTIGES SPEKTAKEL STÖRT DAS IDYLL

Seine Semesterferien nutzt er nun für seine erste Kampagne. „So viel Zeit habe ich nie wieder", gibt der 21-Jährige zu. Viel Gelegenheit zum Eingewöhnen blieb nicht. Das absonderliche Treiben am Strand von Hvannasund, nur 15 Minuten vom Quartier entfernt, hielt Flathmann bildlich fest – nichts für schwache Nerven. Der Grind weckt in den Färingern einen Jagdinstinkt, den man nur aus grauer Vorzeit kennt.

IM KONFLIKT MIT GELTENDEM „RECHT"

Die Männer stürmen ins hüfttiefe Wasser und rammen ihre Metallhaken ins Blasloch der Wale. Mit vollem Körpereinsatz treiben sie ihre Werkzeuge in den meterlangen Walkörper und versuchen, das Rückgrat der Tiere zu durchtrennen, die in Panik wild um sich schlagen. Acht bis zwölf Sekunden brauchen sie nach eigenen Angaben, um einen Wal zu töten. Woher die Erfahrung beim ersten Mal stammen soll, weiß keiner.

Auf Flathmanns Video sind mehrere Verstöße gegen die nationalen Walfang-Vorschriften zu erkennen, die allerdings nicht geahndet werden. Viele halten sich nämlich nicht so genau an die Vorgaben und töten lieber auf traditionelle Art – mit einem Messer. Die Färinger scheuen sich, das Töten zu dokumentieren, knipsen nur Fotos mit der erlegten Beute. Für Sea Shepherd war es deshalb unheimlich wichtig, diese Aufnahmen zu machen, auch wenn es grausam war, das alles mit anzusehen. „Dieses machtlose Gefühl ist wirklich schlimm", deutet Flathmann an.

In diesem Jahr haben die Freiwilligen verabredet, sich an die geltenden Gesetze zu halten und nicht aktiv ins Geschehen einzugreifen. Das ist bei Sea Sephered nicht unbedingt Normalität. Mehrfach gab es Zwischenfälle auf hoher See – Buttersäureattacken auf japanische Walfänger, Schiffskollisionen, gewalttätige Konfrontationen. Vor sieben Jahren wurde Gründer Paul Watson von einem Schuss getroffen, der bis heute noch immer nicht aufgeklärt ist. Eine Schutzweste rettete ihm das Leben.

AUF DEN SPUREN DER WIKINGER

Nicht aber den Walen. Nach Ende des Kampfes Mensch gegen Tier ist das Wasser in der Bucht blutrot eingefärbt und dutzende Kadaver liegen aufgereiht am Strand. Die Geräusche und der Geruch, den man nicht so recht beschreiben könne, seien besonders übel, sagt Flathmann.

Für die Kinder ist es hingegen ein großer Abenteuerspielplatz. Der Nachwuchs tollt zwischen den Leichenteilen umher und spießt ein ums andere Mal sein Messer in das tonnenschwere Tier. Viele habe man unter Tränen dazu gezwungen, auf den

aufgeschnittenen Leibern Platz zu nehmen. Sie sollen schließlich das Erbe weiterführen. Denn für alle Traditionalisten auf den Inseln gilt: Du bist kein Ehrenmann, wenn du nicht einen Delfin getötet hast.

UNNÜTZES TÖTEN HINTERFRAGEN

„Die Färinger rechtfertigen es als Tradition. Im 21. Jahrhundert braucht es aber kein Vermächtnis, bei dem man Delfine, Wale oder andere Tiere tötet", stellt Flathmann fest. Auch den Vorwand, auf die Meerestiere als Nahrungslieferant angewiesen zu sein, lässt er nicht gelten: „In den Supermärkten findest du frisches Gemüse, Früchte – einfach alles." Und Fleisch gebe es ausreichend, ergänzt er, „für all jene, die nicht darauf verzichten wollen". Selbst an den Preisen kann es nicht liegen. Die Inseln gehören seit Langem zu Europas Krösus in Sachen Einkommen.

Färingische Institute haben zudem herausgefunden, dass nur etwa ein Drittel der Bevölkerung regelmäßig Walfleisch konsumiert, in kleinen Mengen von 200 bis 300 Gramm im Jahr. „Da kommt nicht viel zusammen", meint der Bremerhavener. Dennoch werden jeden Sommer mehr als 1500 Wale getötet. Schlüssige Argumente, die bei den Einheimischen auf taube Ohren stoßen.

Viele sind aber inzwischen ins Grübeln gekommen. Greskewitz hofft, dass die Färinger bald einsehen, „dass sie das Walschlachten nicht aus Tradition brauchen, weil es grausam ist, und nicht als Nahrungsreserve, weil es zu giftig ist". Die Diskussion läuft trotzdem

Nichts für schwache Nerven: Der Grind weckt in den Färingern einen Jagdinstinkt, den man nur aus grauer Vorzeit kennt.

eindimensional. Entweder steht man auf der einen oder auf der anderen Seite. Nicht selten macht sich eine „Jetzt-erst-recht-Mentalität" breit. Deshalb setzt auch Niels Greskewitz auf einen Stimmungswechsel.

„Die Färöer-Inseln müssen verstehen", so Greskewitz, „dass sie mit Walbeobachtung und Tourismus deutlich mehr Geld machen können. Landschaftlich ist es echt wunderschön", gibt der 28-Jährige zu. Wenn die restliche Welt aber sieht, was hier vor sich geht, werfe das kein gutes Licht auf die Nation.

Besonders die Jüngeren sind neugierig, weil ihnen Eltern und Medien suggerieren, wer die Bösen sind. Sie wollen es oft selbst herausfinden und suchen den Dialog. Angst habe niemand. „Oh mein Gott, die wollen uns umbringen", haben Greskewitz und Flathmann noch nicht gehört. „Wir sind nicht hier, weil wir die Menschen hassen, sondern weil diese Tradition abgeschafft gehört", betonen sie. Beide sind sich im Klaren, „je mehr Leute davon wissen, desto größer wird der Druck, die Sache zu beenden".

Die Norddeutschen haben Verständnis dafür, dass ihnen nur wenige nacheifern. „Man muss nicht hier sein, um zu helfen", sagen sie. Es reiche schon, den heimischen Bach vom Müll zu befreien oder sich im Supermarkt um die Ecke über die Herkunft der Fische zu informieren, die oftmals von den Färöern kommen. „Wegschauen ist immer einfach. Das hat bei mir auch lange geklappt", macht Greskewitz klar. „Wenn es aber schon 25 Leuten gelingt, 50.000 anderen auf den Sack zu gehen, was schaffen dann erst ein paar mehr?"

*Als Chefredakteur des Couragiert-Magazins begleitet **Tom Waurig** das Bürgerengagement in Deutschland. Der Politikwissenschaftler arbeitet zudem seit über sechs Jahren bei der Aktion Zivilcourage e. V. im sächsischen Pirna. Sein Anreiz ist es, Jugendliche mit innovativen politischen Bildungsprojekten für die Idee der Demokratie zu begeistern. Der Besuch auf den Färöer-Inseln hat ihm auch die Augen für neue Themen geöffnet.*

► *www.couragiert-magazin.de*

Spendenkoordination

Jaja, der Osten: ein brauner Sumpf voller stumpfsinniger Idioten … Wer brüllt, wird eher gehört als diejenigen, die still an sinnvollen Projekten basteln. Wie der Dresdner Johannes Bittner. Um grundlegende Orientierung für Spendenwillige und die nötige Koordination ihrer Spenden von Anfang an zu bieten, hat er ein übersichtliches Online-Portal erstellt. Egal ob Bett, Kochtopf oder Buntstifte. Anklicken, was man spenden möchte, kurze Beschreibung dazu, die eigenen Kontaktdaten hinterlegt, damit sich Hilfsorganisationen melden können, abschicken. Zeitspenden sind natürlich ebenso machbar. Auch hier können die eigenen Möglichkeiten detailliert spezifiziert werden. Oder man hilft einfach mit einer Wortspende. Nur sollte die natürlich etwas anders aussehen als bloßes Dampfablassen. Helfen Sie jetzt, oder schweigen Sie für immer!

▶ *www.ichhelfe.jetzt*

Hey, Kumpel!

Kurze Wege, direkte und unkomplizierte Hilfe. Das ist angesichts der aktuellen Flüchtlingsströme notwendig. Es geht aber nicht allein um die Koordination von Sachspenden. Eine im August gegründete österreichische Plattform will die Menschen auf direktem Weg zueinander bringen. Dafür bietet „RefugeeBuddy“ zwei Möglichkeiten. Als „PublicBuddy“ kann man sich bei einer Facebook-Gruppe anmelden und auf dort gepostete Unterstützungsanfragen reagieren. Wer ein „PersonalBuddy“ werden will, registriert sich direkt auf der Projektseite und kann so eine ganz konkrete „Patenschaft“ für Asylbewerber übernehmen. Sobald dann der Kontakt zu der Person oder den Personen hergestellt ist, endet die Arbeit von „RefugeeBuddy“. Ab dann heißt es: das Miteinander aktiv selbst gestalten.

▶ *www.refugeebuddy.at*

▶ *www.facebook.com/refugeebuddyaustria*

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

Becherheld

Mit ihrem Projekt „Becherheld – Mehrweg to go“ wirbt die Deutsche Umwelthilfe für wiederverwendbare Alternativen zu Einwegbechern und für ein Ende der Wegwerfmentalität – die Umweltorganisation fordert eine Abgabe auf Einwegbecher in Höhe von 20 Cent. Gleichzeitig richtet sich die Kampagne an Verbraucher, um sie für die Umweltauswirkungen von Coffee to go-Bechern zu sensibilisieren und für die Nutzung umweltfreundlicher Mehrwegalternativen zu gewinnen.

▶ *www.becherheld.de*

Mit Smartphones gegen HIV

Eine neue digitale Plattform will bis zu 1 Million Jugendliche zwischen 10 und 24 Jahren per Smartphone in Form von Videos, Artikeln, Rätseln und Umfragen mit Themen der Aufklärung und HIV-Prävention und des Teenagerlebens in Südafrika erreichen. Wesentliches Element des Projekts ist es, durch ein Punktesystem Anreize für weniger risikoreiches sexuelles Verhalten zu schaffen und eine positive Wirkung auf die Gesundheit und den Lebensstil junger Erwachsener zu erreichen. Die Vergabe erfolgt für die Teilnahme an bestimmten Aktivitäten wie zum Beispiel einem HIV-Test und daran gekoppelte Preise.

▶ *www.lovelife.org.za*

Willkommen in Dresden-App

Adressen und Telefonnummern von Behörden, detaillierte Informationen zum Asylverfahren in Deutschland sowie wichtige Notfall- und Hilfekontakte – das ist der erste Ansatz einer in und für Dresden entwickelten Willkommens-App für Flüchtlinge. So ganz steht die Sache aber noch nicht. Sowohl personeller als auch finanzieller Natur sind die aktuellen Herausforderungen. So gibt es momentan nur eine Version in Englisch. Weitere Sprachen wären natürlich äußerst sinnvoll. Zudem besteht die Vision auch darin, das Projekt auf weitere große deutsche Städte auszuweiten.

▶ *www.welcome-app-concept.de*

Smartphones retten Leben

Nach erfolgreichem Crowdfunding gibt es sie bald, die Notruf-App „b-cared“, die speziell für allein lebende Senioren entwickelt wurde. Die App wird mit festen Zeitpunkten programmiert, an denen ein Ok-Button erscheint. Wird der gedrückt, ist alles im Lot. Wird er nicht gedrückt oder durch den Fallsensor ausgelöst, werden automatisch mehrere vorher programmierte Notrufnummern kontaktiert. Das Ganze funktioniert auch, wenn das Smartphone bei einem Sturz zu Bruch gehen oder keinen Empfang haben sollte.

▶ *www.b-cared.com*

#WelcomeChallenge

Die Ice Buckets waren viral, kann man ja aber auch verstehen. Hat ja irgendwie Spaß gemacht. Weniger lustig hingegen ist die neue Challenge, die wohl vor allem mangels Unterhaltungsfaktor weniger mit Schneeballeffekt daherkommen wird. Die Welcome Challenge funktioniert am Ende aber ganz ähnlich wie die Sache mit den Kübeln. Nur geht es dieses Mal um Flüchtlinge. Man spendet oder tut sonst etwas Sinnvolles für Asylsuchende und nominiert den Nächsten. Und das alles schön dokumentiert für die digitale Community. Sollte doch eigentlich auch ein Ansporn sein, oder?

▶ *www.welcomechallenge.de*

Verlorene Gesichter

Die Suche nach vermissten Personen ist eine der grundlegenden Aufgaben des Roten Kreuzes. Dabei geht es nicht nur um die Gewissheit von Einzelschicksalen, sondern im Idealfall um eine Wiederzusammenführung von Familien und Verwandten. In Zusammenarbeit mit dem Türkischen Roten Halbmond und unter Beteiligung von bislang 22 europäischen Staaten hat das Rote Kreuz mit „Trace the Face" eine neue Möglichkeit geschaffen, nach Familienmitgliedern zu suchen. Aktuell sind es vor allem Betroffene der Flüchtlingsbewegungen rund um das Mittelmeer, denen mit diesem Projekt geholfen werden könnte. Wer nach verlorenen Personen sucht, kann auf der Projektseite ein Foto von sich hochladen. Veröffentlich wird nur dieses und die Angabe, nach welchen Verwandten gesucht wird. Alle weiteren Daten bleiben unter Verschluss. Alle Fotos werden auch auf Postern in den Geschäftsstellen des Roten Kreuzes ausgehängt sowie an strategisch wichtigen Orten, an denen Migranten aufeinandertreffen.

▶ *www.tracetheface.org*

Straßengezwitscher

Und gleich noch mal punktet Sachsen: Am 2. November wird der diesjährige Preis für Zivilcourage verliehen. Die Ehrung geht an das Dresdner Twitter-Projekt „Straßengezwitscher". Der mit 3 000 Euro dotierte Preis würdigt „Aktivitäten gegen Rechtsradikalismus, Antisemitismus und Rassismus". Dank fremdenfeindlicher Proteste sind ja nun Orte wie Freital und Heidenau in die sozio-politische Landkarte Deutschlands eingeschrieben. Dem halten aber die beiden Betreiber des Projektes, Johannes Filous und Alexej Hock, eine sachliche wie neutrale und, wie soll es bei einem digitalen Kanal wie Twitter auch anders sein, äußerst zeitnahe Einordnung der Geschehnisse rund um Pegida oder die Auseinandersetzungen in Sachen Flüchtlingsheim in Freital entgegen. Über gesammelte Spenden rüsten die beiden jetzt auch auf: Videotechnik soll zukünftig Livestreaming ihrer Beobachtungen ermöglichen.

▶ *www.twitter.com/streetcoverage*

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

„Wir konzentrieren uns auf die Begabung“

Blinde Frauen beweisen besonderes Fingerspitzengefühl

Geschäftsmodell Gutes tun: Die Firma „Discovering Hands“ setzt auf die Talente einer Gruppe, die es am Arbeitsmarkt oft schwer hat. Das Sozialunternehmen nutzt den Tastsinn blinder Frauen zur Brustkrebsfrüherkennung. Eine Methode mit Erfolg.

Von PETER NEITZSCH

Frank Hoffmanns ungewöhnliche Geschäftsidee entstand aus einem Problem: „Ich war unzufrieden mit der Qualität der Brustkrebsvorsorge, die ich meinen Patientinnen anbieten konnte“, berichtet der Geschäftsführer und Gründer von „Discovering Hands“. Seit 2005 das Mammografie-Screening eingeführt wurde, durfte der Gynäkologe seine Patientinnen, die jünger als 50 Jahre waren, nur noch bei konkretem Verdacht per Röntgen untersuchen lassen. Als Standardvorsorge blieb dem Frauenarzt lediglich das Abtasten.

Hoffmann dachte über Alternativen nach und wurde fündig: „Schließlich kam mir der Gedanke: Das ist doch eigentlich ein Job für Menschen mit Sehbehinderung, da diese bekanntermaßen einen sehr viel sensibleren Tastsinn haben.“ Die Idee zu „Discovering Hands“ war geboren, und eine Ausbildung wurde konzipiert. Seitdem haben Hoffmann und sein Team bereits 28 blinde Frauen zu „Medizinischen Tastuntersucherinnen“ geschult, die in Praxen und Kliniken in ganz Deutschland arbeiten.

Auch in Hoffmanns eigener Gynäkologie-Praxis in Duisburg arbeiten zwei der kurz MTU genannten Helferinnen. „Vor allem arbeiten wir mit Rehabilitandinnen zusammen, die nach einer Augenerkrankung nicht in ihren alten Beruf zurückkehren können“, erläutert der Arzt. Einige der Frauen hätten bereits Erfahrung im medizinischen Bereich, aber das sei nicht zwingend notwendig. An insgesamt vier Berufsförderungswerken in Deutschland werden die künftigen Tastuntersucherinnen für ihren Job qualifiziert.

Für die Ausbildung sucht „Discovering Hands“ laufend Kandidatinnen mit Hilfe der zuständigen Rehabilitationsträger wie der Agentur für Arbeit und der Deutschen Rentenversicherung sowie des Deutschen Blinden- und Sehbehindertenverbands. Doch Hoffmann sagt auch: „Die meisten kommen von selbst auf uns zu.“ So war es auch bei Pia Hemmerling: In einem Fernsehbeitrag hörte sie von der Initiative. „Ich habe dann ein wenig im Internet recherchiert und mich beworben“, sagt sie. Wenig später begann das Training.

„Eigentlich handelt es sich nicht um eine richtige Berufsausbildung“, erklärt Hemmerling, „sondern um eine sechs Monate dauernde medizinische Qualifizierung“. Nach der Theorieausbildung macht jede Tastuntersucherin noch ein dreimonatiges Praktikum. Danach müssen die wichtigsten Handgriffe, wie das Anbringen der Orientierungsstreifen und das Vorgespräch, sitzen. Doch ausgelernt hat man eigentlich nie: „Die Brust jeder Frau ist anders“, sagt die Expertin. „Das übt man nicht am Modell.“

Nach dem Fachabitur hatte Hemmerling zunächst eine Ausbildung zur Reiseverkehrskauffrau begonnen, die sie aber 2008 abbrach. „Weil das dann doch nicht so gut ging, wenn man nicht richtig gucken kann.“ Durch ein angeborenes Glaukom kann die 28-Jährige fast gar nichts sehen. Eigentlich sei es ja kein Problem, mit einer Sehbehinderung im Büro zu arbeiten, erklärt sie. „Aber im Reisebüro braucht es halt sehr oft Visualisierungen, außerdem bin ich nicht so der Computermensch.“

Nicht sehen zu können, ist in vielen Berufen ein großes Handicap. Bei „Dicovering

Hands“ ist das anders: „Wir konzentrieren uns nicht auf die Behinderung, sondern auf die Begabung“, sagt Hoffmann. Und das bewiesenermaßen mit Erfolg: In einer Studie wurden Knötchen in der Brust von den Tastuntersucherinnen bereits ab einer Größe von sechs bis acht Millimetern gefunden. Ärzte entdeckten in der Regel nur solche, die 10 bis 20 Millimeter groß waren.

Teil der Ausbildung ist auch ein Kommunikationstraining von 200 Stunden. So hat Hemmerling gelernt ihre Patientinnen zur Brustkrebsprävention zu beraten. „Im Vorgespräch frage ich ab, was ich für die Untersuchung benötige.“ Dazu zählen das Alter, die Körbchengröße oder die Anzahl der Kinder. „Während des Abtastens unterhalten wir uns dann ganz normal – das ist ein wenig wie beim Frisör“, erzählt sie. „Die Patientinnen fragen auch mich ganz viele Dinge, zum Beispiel wie lange ich schon nicht sehen kann.“

Die Diagnose stellt auch weiterhin der Arzt. „Aber ich sage der Patientin natürlich, wenn ich etwas spüre und das an den Arzt weitergebe“, sagt Hemmerling. In der Regel folgen dann weitere Untersuchungen wie ein Ultraschall. Denn nicht jede Auffälligkeit bedeutet gleich das Schlimmste: „Ich habe schon mehrere bösartige Tumore ertastet, oft sind es aber auch nur harmlose Gewebeverdichtungen.“ Bei ihrer Arbeit benutzt sie ein Koordinatensytem, in dem die Fundstelle genau verzeichnet ist. So kann diese einfach in eine Tabelle übertragen werden.

„Unser Geschäftsmodell ist eigentlich nicht die Ausbildung, es sind die Orientierungsstreifen“, erläutert Hoffmann. Diese Streifen werden vor der Untersuchung auf den Brustkorb der Patientin aufgeklebt und bilden das Koordinatensystem. „Das Gute daran: Je mehr MTUs wir ausbilden und in den ersten Arbeitsmarkt bringen, desto mehr Umsatz machen wir auch“, scherzt der Gründer. Doch er sagt auch: „Als Sozialunternehmen ist unser Geschäftsziel nicht der finanzielle Gewinn sondern der soziale Mehrwert.“

Noch übernehmen nicht alle Krankenkassen die Kosten für die Untersuchung. Doch immerhin sechs Millionen Patientinnen können die Vorsorge bereits nutzen – jedenfalls theoretisch. „Natürlich können wir mit zwei Dutzend Fachkräften das Verfahren noch nicht flächendeckend anbieten“, sagt Hoffmann. Im Juni wurde deshalb in Berlin das bundesweit erste Zentrum für Tastdiagnostik mit sechs MTUs eröffnet. Das Zentrum erlaubt es die Untersuchung einer weitaus größeren Zahl von Patientinnen anzubieten.

Die Räume des Zentrums wurden barrierefrei gestaltet und nach den Bedürfnissen der blinden und sehbehinderten Mitarbeiterinnen eingerichtet. „Die Bereitstellung einer solchen Anzahl von Arbeitsplätzen ist für uns ebenfalls ein Novum“, sagt Hoffmann. Als erste Krankenkasse hat die Betriebskrankenkasse Verkehrsbau Union (BKK VBU) einen Vertrag mit der Einrichtung geschlossen. Mehr als 80 000 Versicherte der Kasse aus Berlin und Brandenburg können nun diese Vorsorge nutzen.

„Die Tastuntersuchung hat uns gleich aus mehreren Gründen überzeugt: Sie ist sanft, verursacht keine Schmerzen und kommt gänzlich ohne Geräte aus“, sagt Helge Neuwerk, Stellvertreter des Vorstandes der BKK VBU. Darüber hinaus sei ein Check, bei dem sich so viel Zeit für die Patientin genommen werde, im Medizinbetrieb selten geworden. Bei einer Befragung sei die Methode daher im Schnitt mit 1,4 benotet worden. Nun soll das Berliner Beispiel Schule machen: „Für uns ist das Zentrum ein Zukunftsmodell“, betont Hoffmann.

Bislang ist jede Tastuntersucherin fest in einer oder mehreren Arztpraxen angestellt. Auch Hemmerling arbeitet in einer Gemeinschaftspraxis in Berlin. „Außerdem bin ich auch zweimal die Woche in Hamburg und einmal monatlich in Rostock“, erklärt die Pendlerin. Gefragt, was sie in ihrer Freizeit macht, sagt sie lachend: „Im Moment ist mein größtes Hobby der Umzug nach Berlin.“ Außerdem gebe es da natürlich noch den elf Jahre alten Blindenhund. „Und ich gehe gerne Schlittschuhlaufen, wenn jemand mitkommt.“

Im Rückblick zieht sie eine positive Bilanz der vergangenen Jahre: „Ich hatte sehr viel Glück: Viele Menschen finden keine Arbeit, weil sie blind sind. Bei mir war es umgekehrt: Ich habe meinen Job bekommen, weil ich nicht so gut sehen kann.“

► *www.discovering-hands.de*

bussgeld-fundraising.de

Adressen Gerichte und Staatsanwaltschaften

- **über 9.000 personalisierte Entscheideradressen online verfügbar**
- **jederzeit aktualisierbar**
- **zielgruppengenaue Selektion**
- **„preiswert kaufen statt teuer mieten“**

Fullservice: Mailings und Geldauflagenverwaltung

Wir übernehmen auch die komplette Mailingplanung und -abwicklung sowie die fachkundige und zuverlässige Verwaltung der Ihnen zugewiesenen Geldauflagen.

Mit Geldauflagen erfolgreich Projekte finanzieren

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

Gegen die Sucht

Ein kleiner Verein auf der Suche nach großem Geld

Ganz außen, ganz am Rand der Gesellschaft, ist es dunkel. Drogensüchtige wissen das. Der Schweizer Verein abri hat ein beachtliches Projekt gestemmt, um jenen Menschen etwas Licht zu bringen.

Von JAN UEKERMANN

Zürich, die Finanzmetropole der Schweiz, hat eine Vergangenheit, die ihr einen zweifelhaften Ruhm beschert. Der „Platzspitz" ist ein Park, mitten im Zentrum gelegen, zwischen Hauptbahnhof, Altstadt und Landesmuseum, wo die Flüsse Limmat und Sihl zusammenlaufen. Ende der 80er-Jahre wurde hier von Polizei und Politik toleriert, dass Drogensüchtige sich trafen, dealten, konsumierten – und sich auch Überdosen gaben. Frauen und Männer aus ganz Europa reisten nach Zürich, um hier ihren Drogenkonsum auszuleben und irgendwo auch zu leben, meist im Park selbst oder auf der Straße.

Als der „Platzspitz" Anfang der 90er Jahre geschlossen, saniert und unter strengeren Kontrollen wieder für die Öffentlichkeit zugänglich gemacht wurde, war das Drogenproblem eher verlagert als gelöst. Eine Herausforderung dabei: Wo würden die Drogenabhängigen wohnen? Die meisten gingen zurück in ihre Herkunftsgemeinden und lebten dort meist auf der Straße. Zu jener Zeit wurde von ehemaligen Drogenabhängigen und engagierten Menschen der Verein abri gegründet, der Abhängigen Hilfe zur Selbsthilfe gibt, durch ein Zuhause, eine feste Tagesstruktur und viel Verständnis.

Das Wohnheim Erzenberg (Foto) ist das Herzstück des kleinen Vereins, der rund 15 Jahre in einem Haus in Liestal bei Basel untergebracht war. Doch dann kamen der Verkauf des Hauses, ein Provisorium auf den letzten Drücker, das Finden eines ehemaligen Gasthofes als eine theoretisch sehr gute, dauerhafte Lösung für das Wohnheim – und damit der Anfang einer Fundraising-Kampagne. Aber das war den Verantwortlichen damals noch nicht klar. Zwar mussten sie für den laufenden Betrieb schon immer Geld erwirtschaften, denn finanzielle Unterstützung von Staat oder Kanton gab es nie. Aber vor einer Investition von über drei Millionen Franken zu stehen – da verlor auch der gut gelaunte und hoch motivierte Heimleiter Jürg Voneschen seinen Optimismus. „Wir hatten noch keine Ahnung von Spenden, Fundraising und dem Ganzen, was damit zusammenhängt", sagt der 58-Jährige. Hinzu kam die große Herausforderung, dass bereits vor der Kaufüberlegung des ehemaligen Gasthofes die Option Miete bestand, verbunden mit Investitionen von rund einer Million Franken. Bereits bei dieser Summe lehnten die Banken dankend ab. Die Finanzierung und Unterstützung von Drogenabhängigen gehört eben nicht zu den Lieblingszwecken von Banken, wenn es um die Bewilligung von Krediten geht. „Viele Leute haben schon beim Gedanken an Drogenabhängige in der Nachbarschaft ein großes Problem", fasst Heimleiter Voneschen die anfänglichen Schwierigkeiten bei der Finanzierung zusammen.

Doch dann kam alles anders – letztendlich auch durch die Unterstützung und Beratung eines externen Fundraising-Profis. Es wurden – ganz klassisch – Projektskizze, Businessplan, detaillierte Finanzangaben und Baupläne erarbeitet, aufbereitet und den Banken vorgelegt. Schon das reichte zunächst aus, damit diese sich doch mit den Verantwortlichen an einen Tisch setzten und über das Projekt und die Finanzierung redeten. Gleichzeitig wurden potenzielle Stiftungen identifiziert und erste Anträge gestellt.

Im Oktober 2013 konnte dann die erste Statusmeldung veröffentlicht werden: „So macht sich der Verein abri auf die Suche nach rund einer Million Spenden-Franken und bittet Sie um Hilfe bei der Mittelbeschaffung, mit Spenden, mit Sympathien und Referenzen. Mit Ihrer finanziellen Unterstützung tragen Sie dazu bei, den Bewohnerinnen und Bewohnern des Erzenbergs ein neues Zuhause und damit eine Zukunft zu geben. Mehrere Stiftungen tragen das Projekt bereits mit, andere entscheiden im Frühjahr 2014."

Doch es lag noch ein langer und mühevoller Weg vor dem erfolgreichen Abschluss des Projektes. Jürg Voneschen erinnert sich: „Eigentlich ist es ja meine Aufgabe zu motivieren – aber speziell bei diesem Projekt brauchte auch ich immer mal wieder die Motivation und gutes Zureden, um den Glauben an den Erfolg nicht zu verlieren." Bekommen hat er die Motivation in erster Linie durch den externen Berater – der viel Arbeit in der operativen Umsetzung leistete: Identifikation potenzieller Stiftungen, Mitarbeit bei Projektskizze und Businessplan, Anträge stellen.

Insgesamt sind so seit dem Start der Kampagne im Jahr 2013 bis heute über eine Million Spenden-Franken zusammengekommen, der Großteil davon, 500 000 Franken, durch die Bewilligung des Antrages an den Lotteriefonds Swisslos. Weitere Stiftungen waren mit Beträgen zwischen 25 000 und 150 000 Franken dabei. Ein sehr geringer Teil der finanziellen Unterstützung kam über Privatspenden. Mit dem vorhandenen Eigenkapital von knapp 700 000 Franken und der Bewilligung des Kredites einer Bank, deren junger Banker die Zusammenarbeit „ausprobieren" wollte, stand die Finanzierung für das neue Wohnheim – und die Bauarbeiten liefen auf Hochtouren.

„Im Mai 2015 konnten wir die ersten Zimmer beziehen. Wir sind froh, dass alles geklappt hat und wir letztendlich von einer Bruchbude in ein Schloss ziehen konnten", freut sich Jürg Voneschen über die neue Heimat für das Wohnheim und damit für Menschen, die unsere Unterstützung ebenfalls gut gebrauchen können.

▶ *www.abri.ch*

Walter Schmid AG

Die beste Adresse für Adressen

Spenderadressen

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

Walter Schmid AG

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

Gegen das Sterbenlassen

Eine Notrufnummer will Flüchtlinge auf dem Mittelmeer retten

Laut UNHCR erreichten vergangenes Jahr fast 220.000 Flüchtlinge über das Mittelmeer europäische Küsten. Der Internationalen Organisation für Migration zufolge waren es in diesem Jahr bereits mehr als 350 000. Die Zahlen über Ertrunkene und Vermisste können nur geschätzt werden, liegen aber im hohen vierstelligen Bereich. Seit Oktober 2014 bringt eine internationale Initiative Licht in dieses Dunkel und hilft auf offener See in Not Geratenen. Damit machen sie sich aber nicht nur Freunde.

Von RICO STEHFEST

Dass Europa mit der Flüchtlingslage überfordert ist, steht außer Frage. Unklarheiten in den Zuständigkeiten beginnen aber nicht erst, wenn Flüchtlinge ihren Fuß auf europäisches Festland setzen. Auch der im März durch die UNHCR veröffentlichte Aktionsplan für den Mittelmeerraum kann keine eindeutigen Zuständigkeiten formulieren.

Konkrete Hilfe will die Initiative „Watch the Med“ mit ihrem Projekt Alarm Phone bieten. So simpel dessen Konzept ist, desto unbequemer erscheint es in der Praxis. Zumindest für manche. Die Helfer unterstützen nämlich nicht nur die Rettung von Bootsflüchtlingen, sondern überwachen diese und berichten regelmäßig darüber. Boote haben sie keine, aber eine Notrufnummer: +334 86 51 71 61. Wer diese Nummer wählt, erreicht rund um die Uhr Hilfe. Die Person am anderen Ende der Leitung kann dabei in Berlin sitzen, in London oder in Tunis. Je nach Dienstplan wird die Nummer jeweils digital entsprechend umgelegt. Erreicht werden kann sie allerdings nur per Satellitentelefon.

Im Fall eines Anrufs orten die Mitarbeiter des Alarm Phones die genaue Position der Flüchtlinge über die GPS-Daten des Telefons und überprüfen, ob bei der zuständigen Küstenwache bereits ein Notruf eingegangen und eine Rettungsaktion eingeleitet worden ist. Bereits dadurch wird Druck aufgebaut, tatsächlich zu handeln. In der Vergangenheit gab es immer wieder Berichte über unterlassene Hilfeleistung oder widerrechtliche Rückführungen von Booten in deren Ausgangsgewässer.

„Oftmals sind die Küstenwachen abhängig von den detaillierten Informationen, die sie von uns übermittelt bekommen. In Notfällen kooperieren wir mit privaten Notdiensten auf See, mit der Sea Watch, aber auch mit Ärzte ohne Grenzen“, so Maurice Stierl, einer der Aktiven des Alarm Phones.

Zusätzlich versuchen die Helfer, in der Nähe befindliche Frachtschiffe auszumachen, die die Flüchtlinge an Bord nehmen könnten. Machbar ist das beispielsweise über die Seite www.vesselfinder.com.

Hintergrund des Ganzen ist aber nicht reines Gutmenschentum. Der Ansatz ist politisch zu betrachten. Die Initiative arbeitet mit europäischen Organisationen zusammen, wie Welcome to Europe, Borderline Europe und Voix des Migrants. Alle haben sich einen mediterranen Raum mit offenen Grenzen für alle Menschen auf die Fahne geschrieben. In ihrer Arbeit wollen sie nicht bloßer Wachhund sein, sondern tatsächlich und nachhaltig in die Entwicklung der europäischen Flüchtlingspolitik eingreifen. „Die Grenzen, an denen nun Tausende sterben, waren nicht immer so tödlich – die Annahme, Grenzen seien etwas fast schon Natürliches, ist aus der Luft gegriffen und entspricht auch gar nicht ihrer Geschichte und ihrer sozio-politischen Konstruktion. Wir sehen unser Projekt als einen wichtigen Beitrag zu einer ‚community to come‘ im mediterranen Raum“, so Stierl.

Angesichts dieser Ausrichtung wundert es nicht, dass es auch kritische Stimmen gibt. Fördern Projekte wie das Alarm Phone nicht sogar indirekt die Flüchtlingsbewegungen? Stierl weist solche Gedanken von sich. „Die Menschen, die fliehen, sind keine Opfer, wie sie oftmals dargestellt werden, sondern wichtige politische Akteure, mit denen wir uns solidarisieren. Wir versuchen die Menschen zu unterstützen, die sich aufmachen für eine andere Zukunft, die weg wollen aus welchen Gründen auch immer. Wir sehen uns als politisch Verbündete und hoffen auf ein anderes Europa – eines, das aus einer Gemeinschaft von Menschen aller Facetten besteht.“

▶ *www.alarmphone.org*
▶ *www.watchthemed.net*

QUALITÄTSZIRKEL
TELEFON-FUNDRAISING

Initiative für professionelles Telefon-Fundraising

Mitglieder:

GFS
Wir leben Fundraising.

TeleDialog

frc Spenden MANUFAKTUR
Ihre Fundraising Company

Deutscher Spendenhilfsdienst

DRK - Service GmbH
Ihr Dienstleister für das Deutsche Rote Kreuz

DIALOG FRANKFURT
... the communication company

vanacken

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
Beuthstraße 7 | 10117 Berlin
Tel.: +49 30 616 509 40 | Fax: +49 30 616 509 41
info@telefon-fundraising.de | www.telefon-fundraising.de

Köpfe & Karrieren

Ehrenpräsident

Die Stiftung Menschen für Menschen Schweiz hat ihren Mitbegründer und langjährigen Stiftungsrat **Rolf Knie** zum Ehrenpräsidenten ernannt. Damit ehrt die Stiftung Knies Einsatz für Äthiopien. Er hat die Schweizer Stiftung 1989 gemeinsam mit Karlheinz Böhm gegründet und in der Schweiz als Stiftungsrat und Stiftungsratspräsident mit aufgebaut. Zum neuen Stiftungsratspräsidenten gewählt wurde nun der Schweizer Unternehmer Boris Blaser. Der diplomierte Treuhandexperte begleitet die Arbeit von Menschen für Menschen Schweiz bereits seit Jahren und ist seit 2014 im Stiftungsrat.

Bereichsleitung Fundraising

Anja Kalb hat die Leitung des neu geschaffenen Bereichs Fundraising im Landesverband Bayern der Johanniter-Unfall-Hilfe e.V. (JUH) übernommen. Mit der Etablierung eines eigenständigen Bereichs Fundraising setzt der Landesverband Bayern ein klares Signal, seine Fundraisingaktivitäten weiter zu stärken und zu professionalisieren, unter anderem durch den Aufbau von Unternehmenskooperationen und die Akquisition von Großspendern. Anja Kalb ist seit März 2013 für die JUH tätig. Zuvor war sie bei Save the Children Deutschland und betterplace.org für Corporate Partnerships verantwortlich.

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

Leiterin der Förderabteilung

Seit Juli leitet Dr. **Henrike Hartmann** die Förderabteilung der VolkswagenStiftung in Hannover. Seit 1998 arbeitet sie für die VolkswagenStiftung und betreute Förderinitiativen in den Bereichen Biomedizin und den Lebenswissenschaften. Zuletzt führte sie das Team „Personen und Strukturen". Neben ihrer Tätigkeit für die Stiftung ist Hartmann Mitglied im wissenschaftlichen Beirat des Zukunftskollegs der Universität Konstanz sowie in den Kuratorien des Max-Planck-Instituts für Biologie des Alterns und des Max-Planck-Instituts für Stoffwechselforschung.

Programm-Leiterin

Im Bürgerstiftungs-Programm der Stiftung Aktive Bürgerschaft gibt es personelle Veränderungen. Als Programm-Leiterin Bürgerstiftungen ist seit Mitte Juli **Christiane Biedermann** tätig, die seit 2002 bei der Aktiven Bürgerschaft in verschiedenen Positionen tätig ist. Die vergangenen fünf Jahre leitete sie dort den Bereich Presse und Kommunikation. Sie hat das Service-Learning-Programm „sozialgenial – Schüler engagieren sich" in der Pressearbeit und Kommunikation begleitet und mehrere Jahre den Arbeitsbereich Corporate Citizenship geleitet.

Landesrettungskommandant

Mitte Juli wurde **Karl-Dieter Brückner** von den Gremien des Wiener Roten Kreuzes zum neuen Landesrettungskommandanten bestellt. Neben seiner langjährigen Tätigkeit als Rettungssanitäter und Erste-Hilfe-Lehrbeauftragter absolvierte er 2004 die Einsatzoffiziers-Ausbildung und bekam 2008 den Status Hauptinspektionsoffizier verliehen. Von 2007 bis 2011 studierte Brückner an der FH Burgenland Internationale Wirtschaftsbeziehungen mit dem Schwerpunkt Osteuropa.

Stiftungsfundraiserin

Ursula Becker ist neue Fundraiserin bei der Norbert Janssen Stiftung. Die Betriebswirtin kann nach über 25 Jahren Erfahrung in Sales und Marketing sowie im Bereich Fundraising von NGOs auf vielfältige Expertise im strategischen Fundraising zurückgreifen. Bewährtes bewahren, Neues wagen und Menschen für eine gute Sache gewinnen, ist ihre Devise. Sie ist Gastdozentin für Fundraising an der Fachhochschule Landshut und gefragte Rednerin bei Verbänden, Unternehmen und Vereinen sowie ehrenamtliche Mitarbeiterin bei Verbänden und Orden.

Geschäftsführung für Stiftung

Im August hat **Birgit Quiel** die Geschäftsführung der Stiftung Deutsches Design Museum übernommen, der sie als erfolgreiche Projektleiterin bereits seit 2013 angehört. Die erfahrene Stiftungsmanagerin blickt auf eine langjährige Karriere im Stiftungsbereich zurück und wurde für ihr ehrenamtliches und soziales Engagement bereits mit dem Bundesverdienstkreuz ausgezeichnet. Die Stiftung Deutsches Design Museum fördert seit 2011 das Themenspektrum Design als prägendes Element von Kultur, Alltag, Ästhetik, Wissenschaft und Wirtschaft.

Öffentlichkeitsarbeit

Seit September koordiniert **Katleen Luger** den öffentlichen Auftritt des Bundesverbandes der Lebenshilfe Österreich. Sie wechselt aus dem Agentur-Bereich, wo sie bei der Kommunikationsagentur alphaaffairs für Kunden aus dem Sektor Gesundheit, Food und Entertainment tätig war. Sie ist als Kommunikationswissenschaftlerin und Kunsthistorikerin stark im Bereich der Kulturförderung verwurzelt. Die Forderung „Barrierefreiheit im Kopf" stellt für sie ein zentrales Kommunikationsanliegen dar.

Wechsel zu Stiftung

Der Generalsekretär des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen, Prof. Dr. **Hans Fleisch**, verlässt Anfang 2016 nach elfjähriger Tätigkeit diese Position, um in die Geschäftsführung einer unternehmensverbundenen Stiftung zu wechseln. „Ich persönlich und alle Kolleginnen und Kollegen im Vorstand des Bundesverbandes bedauern diesen Schritt sehr, hat doch Herr Fleisch in den zehn Jahren seiner Geschäftsführung den Verband großartig geleitet und weit vorangebracht. Wir hätten gern weitere Jahre mit Hans Fleisch zusammengearbeitet, gleichwohl ließ er sich nicht umstimmen", teilte der Vorstandsvorsitzende des Bundesverbandes, Prof. Dr. Michael Göring, mit. Im September wurde Hans Fleisch für seine Verdienste zugunsten der Wahrnehmung und Bewältigung des demografischen Wandels auf internationaler und nationaler Ebene mit dem Bundesverdienstkreuz ausgezeichnet.

Abteilungsleiter Kommunikation

Hans Georg Selge ist seit August Abteilungsleiter Kommunikation und Public Affairs bei der Stiftung Lesen in Mainz. Er verantwortet die Markenentwicklung inklusive künftiger Kampagnen. Selge folgt auf Esther Dopheide, die als Pressesprecherin zur Christoffel-Blindenmission gewechselt ist. Er kommt von Scholz & Friends Berlin, wo er zuletzt den Etat des Bundespresseamts betreute. Bei der Stiftung Lesen berichtet er an den Hauptgeschäftsführer Jörg F. Maas.

Pressesprecherin

Esther Dopheide ist seit August Pressesprecherin der Christoffel-Blindenmission (CBM) mit Sitz in Bensheim. Sie folgt auf Peter Liebe, der sich zu Beginn des Jahres selbstständig gemacht hat. Dopheide berichtet an den Geschäftsführer Kommunikation und Fundraising, Rainer Brockhaus. In ihrer neuen Position ist Dopheide verantwortlich für die Presse- und Medienarbeit der CBM und fungiert als erste Ansprechpartnerin für Journalisten. Von Anfang 2012 bis zu ihrem Eintritt bei der CBM war Dopheide als Pressesprecherin bei der Stiftung Lesen tätig.

Kommunikationsteam

Luzia Wibiral und **Bianca Weissel** vervollständigen seit August neben Gerda Huber das Kommunikationsteam des Hilfswerk Austria International. Die gebürtige Niederösterreicherin Luzia Wibiral bringt 15 Jahre Non-Profit-Erfahrung mit und war zuvor lange Zeit in der Werbung tätig. Bei Hilfswerk Austria International wird sie die Bereiche Fundraising sowie Erbschaften und Vermächtnisse übernehmen. Bianca Weissel ist Kultur- und Sozialanthropologin und hat zudem im Bereich Online Marketing gearbeitet.

Leiter Fundraising

Dr. **Thomas Röhr** hat im August die Leitung Fundraising und Marketing bei den Roten Nasen e. V. in Berlin übernommen. Seit über 15 Jahren ist der evangelische Theologe im Fundraising hauptamtlich erfolgreich aktiv. Ein besonderer Schwerpunkt seiner Tätigkeit liegt im direkten Gespräch mit neuen und bestehenden Förderern. Deshalb habe er gerne immer ein Ohr am Spender, ob am Telefon oder auf der Straße. Er arbeitet außerdem an einem Forschungsprojekt zum Thema „Fundraising und Ethik" und ist in verschiedenen Qualitätsinitiativen der Branche aktiv.

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

ENTERBRAIN
Software AG

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

www.enterbrain.ag

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!

Fuggerstraße 35
10777 Berlin
Telefon: +49 (0)151 61367573
info@nachlass-fundraising.de
www.nachlass-fundraising.de

probono berlin GmbH
probono berlin unterstützt Akteure des gesellschaftlichen Wandels – gemeinnützige Organisationen und Unternehmen, die sich zum Wohle der Gesellschaft engagieren. Wir kommunizieren gesellschaftliche Themen und beraten in den Bereichen Fundraising-Strategie, Organisationsentwicklung, Markenkommunikation und Geldauflagenmarketing.
Adlergestell 129

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

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

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

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

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

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

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 – Großspenderpotenzialanalyse*
  Wir helfen Ihnen, Ihre Großspender zu identifizieren

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

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

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

Zu unseren Kunden gehören bundesweit namhafte Vereine und Verbände.

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

PLZ-Bereich 3

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

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 5 a
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

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

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

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

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

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 €

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

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

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

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

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

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

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

van Acken Fundraising GmbH
Dienstleistung im Fundraising seit 1975
Wir bieten:
- *Strategie (Markforschung, Konzeptentwicklung, Adressauswahl, Erfolgskontrolle)*
- *Projektmanagement (Beratung, Koordination, Terminplanung, Etatüberwachung)*
- *Produktion (Druck, Personalisierung, Lettershop, Postversand)*
- *Print- und Außenwerbung*
- *Direktkommunikation (Mailings, Beilagen, telefonische Spenderbetreuung)*
- *Markenbildung*
- *Internet (Online-Marketing, Social Media)*

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

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

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

GOB Software & Systeme
GOB ist weltweit einer der größten Microsoft Partner im Non-Profit-Sektor und Marktführer von Fundraising-Software in Deutschland. Mit über 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

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

Trebbau direct media
Sie suchen nach neuen Spendern oder nach einem Lettershop für Ihre Mailings? Trebbau direct media ist eine Dialogmarketing-Agentur mit den Schwerpunkten Listbroking, Datenverarbeitung, Media, Online, Lettershop und Print Management. Zahlreiche Non-Profit-Organisationen sind schon seit vielen Jahren mit uns erfolgreich. Jetzt freuen wir uns auf Sie!

Schönhauser Straße 21
50968 Köln
Telefon: +49 (0)221 37646-0
Telefax: +49 (0)221 37646-4899
info@trebbau.com
www.trebbau.com

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 Fundraising-software, 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 (Fundraising-maßnahmen 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

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 €

GRÜN Software AG
Die Unternehmensgruppe GRÜN bietet Software- und IT-Serviceleistungen für Spendenorganisationen an. Mit der Branchen-Softwarefamilie GRÜN VEWA werden als Marktführer über 1 Milliarde Euro an Spenden und Beiträgen abgewickelt. Dienstleistungen in den Bereichen Outsourcing, Beratung, Werbung und interaktive Medien runden das Leistungsspektrum ab.

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

BuschConsult
Fundraising | Projektmanagement | Antragsprüfung
Wir unterstützen Sie gewinnbringend in den Bereichen Stiftungsmarketing, öffentliche Fördermittel und Unternehmenskooperationen. Wir bieten:
- *Förderberatung*
- *Strategieentwicklung*
- *Fördermittelrecherche*
- *Projektplanung und -entwicklung*
- *Antragstellung*
- *Kontaktpflege*
- *Training und Coaching*
- *Projektmanagement*
- *Prüfung von Projektanträgen*

Postfach 32 11 · 53315 Bornheim
Telefon: +49 (0)2227 926981-1
Telefax: +49 (0)2227 926981-2
info@buschconsult.org
www.buschconsult.org

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 · 3547 Kasbach-Ohlenberg
Telefon: +49 (0)2644 600-874
Telefax: +49 (0)2644 600-828
j.grosse@trustfundraising.de
www.trustfundraising.de

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

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

Kensik.com Datenanalysen.
Dipl.-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 53 a
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

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 und -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

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

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

„Kann irgendjemand Neuspender-Mailings, die sich rechnen!?“

Yes, we can.

Direkt
GmbH & Co. KG

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

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

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

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

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

PLZ-Bereich 8

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

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

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

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

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 Eresing bei München, Hamburg und Berlin.

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

PLZ-Bereich 9

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

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

Österreich

FUNDRAISING COMPETENCE
fc group
GUTE IDEEN BRAUCHEN
NEUE PERSPEKTIVEN

Fundraising Competence Group GmbH
Wir betrachten die Dinge von allen Seiten!
- *Wie komme ich zu den besten Spenderadressen?*
- *Bringt ein teures Mailing bessere Ergebnisse?*
- *Welche neuen Kreationen passen zu meiner Organisation?*

Als Experten für Direct-Mailing-Kampagnen verfügen wir über fundiertes Fundraising-Wissen und umfangreiche Adresspools. Wir helfen Ihnen helfen.

Davidgasse 84
1100 Wien
Telefon: +43 (0)1 893 95 58-0
Telefax: +43 (0)1 893 95 58-27
office@fcgroup.at
www.fcgroup.at

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

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

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

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

fundraiso.ch
by InternetTime GmbH
Fundraiso.ch bietet eine Suchplattform im Bereich Stiftungen, Fonds und Sponsoring. Die Datenbank fokussiert sich auf die Schweiz und Deutschland. Sie bietet somit eine grenzüberschreitende Datensammlung im Bereich des institutionellen Fundraisings. Man kann selber in der Datenbank suchen oder Datenauszüge kaufen.

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

ZHAW School of Management and Law
Zentrum für Kulturmanagement 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 Knowhows 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 „Swiss-Fund" 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.

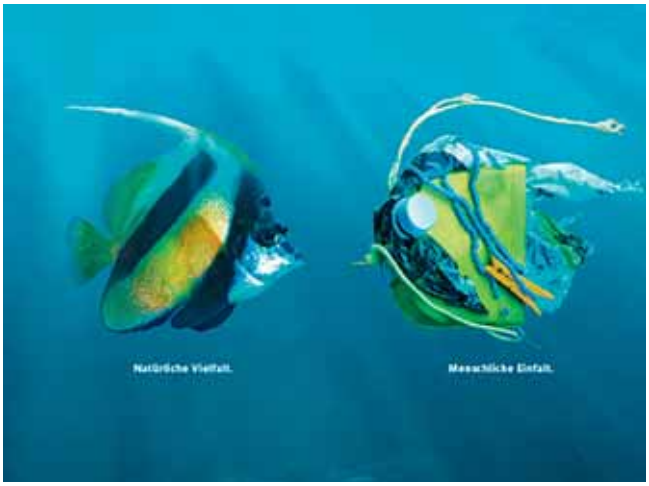
Schönenwerdstrasse 7
8902 Urdorf
Telefon: +41 (0)44 7459292
Telefax: +41 (0)44 7459293
info@ibvinfo.com
www.ibvinfo.com

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



Müll auf allen Kanälen? Plastik braucht in den Weltmeeren bis zu 500 Jahre, um sich zu zersetzen – mit fatalen Folgen für globale Ökosysteme. Da die größten Müllteppiche außerhalb staatlicher Hoheitsgebiete liegen, sind unabhängige Organisationen gefragt. Die Organisation Oceancare will die Vermüllung stoppen – unter anderem als UN-Sonderberaterin für Meeresfragen. Gemeinsam mit der Kreativ-Agentur Spinas Civil Voices hat sie nun in der Schweiz eine neue Print-Kampagne mit Füllanzeigen geschaffen. Auf den Plakaten und Inseraten begegnen sich Meeresbewohner und Müll im weiten Ozean. Die einen unersetzbar, die anderen unzersetzbar. Die einen stehen für natürliche Vielfalt, die anderen für menschliche Einfalt. ►*www.oceancare.org*

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

Wiener Plattform hilft den Helfern

Wer in Wien und Umland Flüchtlingen helfen will, findet nicht immer eine passende Möglichkeit. Deswegen haben die Macher der Webseite humanitaet.org verschiedene Hilfsprojekte, Initiativen und Unterstützungsmöglichkeiten zusammengetragen. Das Spektrum an gelisteten Hilfsangeboten umfasst derzeit „Sachspenden“, „Wissen & Zeit“, „Kinder & Jugendliche“ sowie last but not least das „Wohnen“. Eine digitale Karte hilft bei der Orientierung im Umfeld von Österreichs Hauptstadt.

► *www.humanitaet.org*

Neuauflage der Deutschen Engagementstrategie

Seit 2010 ist die Nationale Engagementstrategie in Deutschland beschlossene Sache. Sie umfasst unter anderem Infrastrukturförderung, das Monitoring von Freiwilligenarbeit und das „Nationale Forum für Engagement und Partizipation“. Nun wird die Strategie überarbeitet. In diesem Sinne diskutiert das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend mit Vertretern aus verschiedenen Verbänden über Engagement in Deutschland. Der Dialog wird laut der Stiftung Aktive Bürgerschaft bis Anfang 2016 fortgesetzt.

► *www.bmfsfj.de*

Fusion im Schweizer Werbemarkt

Das Medienunternehmen Ringier, die Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft SRG SSR und das Telekommunikationsunternehmen Swisscom bündeln ihre Kräfte. Gestatten es die schweizerische Wettbewerbskommission Weko und das Bundesamt für Kommunikation, vermarkten die Unternehmen ab 2016 gemeinsam ihre Werbeplätze. In dem neuen Unternehmen sollen 290 Mitarbeiter einen Platz finden: 140 von Ringier, 20 von Swisscom und 130 von Publisuisse, der Vermarktungstochter der SRG. Publisuisse feierte in diesem Jahr das 50-jährige Jubiläum der Schweizer Fernsehwerbung. Wie das neu zu gründende Unternehmen benannt wird, war bis Redaktionsschluss noch nicht bekannt.

► *www.ringier.com* ► *www.srgssr.ch* ► *ww.swisscom.ch*

Auf die Biene gekommen

Die Initiative „Biodiversity in Good Company“ hat einen eigenen Weg, um Bienen zu schützen. Über 2,5 Millionen Bienen hat der Verein bereits in Unternehmen und Körperschaften angesiedelt. Diese sorgen für mehr Biodiversität in Unternehmen aus dem Netzwerk. Mit dabei sind der Automobilhersteller Audi und die „Audi-Stiftung für Umwelt“, das Getränkeunternehmen Bionade, die Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) und der Finanzdienstleister ForestFinance.

► *www.business-and-biodiversity.de*

Kampagnenwebseite mit Spendengarantie

Die Online-Fundraising Agentur GRÜNspendino unterstützt Spendenorganisationen dabei, mit einer Kampagnenwebseite möglichst einfach ihre Ziele zu beschreiben und Spenden zu sammeln. Eine Kampagnenadresse, ein Aktionsbild, ein Spendenbutton und eine Shoppinglist sollen neben Projektziel und Organisationsbeschreibung auf den Seiten eingebunden werden. Das Besondere daran: GRÜNspendino gibt Kunden für Kampagnenwebseiten eine Spendengarantie in Höhe von 400 Euro. Der Preis für eine Kampagnenseite beläuft sich auf 900 Euro.

► *www.gruen.net/spendino/spendenkampagne/*

Schweizer Orchester lässt die Farben tanzen

Das Schweizer Jugend-Sinfonie-Orchester (SJSO) macht mit seiner neuen Corporate Identity Töne sichtbar. Das Besondere daran: Die bunten grafischen Elemente generierte das Orchester selbst durch seine Musik. Die Musik wurde live in elektronische Signale umgewandelt, auf mit Farbe bestückte Membranen weitergeleitet und in Schwingung versetzt. Der dadurch entstandene „Farbtanz" wurde mit Highspeed-Kameras gefilmt und die entstandenen Bilder zur Bewerbung der aktuellen Tournee erstmals eingesetzt. Realisiert wurde dies von FCB Zürich, der Schweizer Dependance des Agenturnetzwerks Foote, Cone & Belding.

▶ *www.sjso.ch*

Zürichs Helden trumpfen auf

Das Schweizerische Rote Kreuz (SRK) in Zürich sucht nach Helden. Bereits im zweiten Jahr wirbt das SRK Kanton Zürich mit dem Slogan „In jedem Zürcher steckt ein Helfer" nach freiwilligen Unterstützern. 15 Unterstützer der Organisation rufen auf den Plakaten zum Mitmachen auf. Verwendet werden die Sujets auch in Inseraten sowie als Banner oder Overlay auf Webseiten. Gestaltet wurde die Kampagne in Zusammenarbeit mit der Schweizer Kommunikationsagentur Marti Communications.

▶ *www.srk.ch*

Erfasst: Österreichs NPOs

Non-Profit-Organisationen spielen eine wichtige Rolle in Österreichs Wirtschaft. Deswegen wurden sie vom österreichischen Wirtschaftsministerium in den Wirtschaftsbericht Österreich 2015 aufgenommen. Laut dem Bericht haben gemeinnützige Organisationen im Jahr 2010 eine Bruttowertschöpfung in Höhe von 5,9 Milliarden Euro geschaffen. Manche Untersuchungen gingen sogar davon aus, dass eine jährliche Wertschöpfung in Höhe von 10 Milliarden Euro zu verzeichnen sei. Das entspricht einem Anteil von rund 3 Prozent des Brutto-Inlands-Produktes. Darüber hinaus – so die Hochrechnungen aus dem Jahr 2010 – arbeiten in Österreich 5,2 Prozent aller Erwerbstätigen über 15 Jahre im gemeinnützigen Sektor.

▶ *www.bmwfw.gv.at*

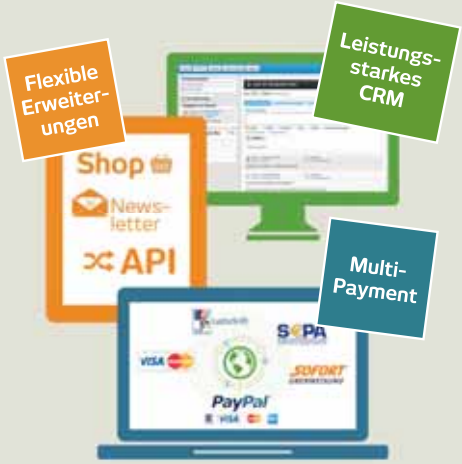
FUNDRAISINGBOX
Online-Software für Non-Profits

Erhöhen Sie Ihr Spendenvolumen

1. Online-Formular erstellen

2. Einfach mit Copy & Paste in Ihre Webseite einbinden

3. Erfolgreich und sicher Spenden sammeln



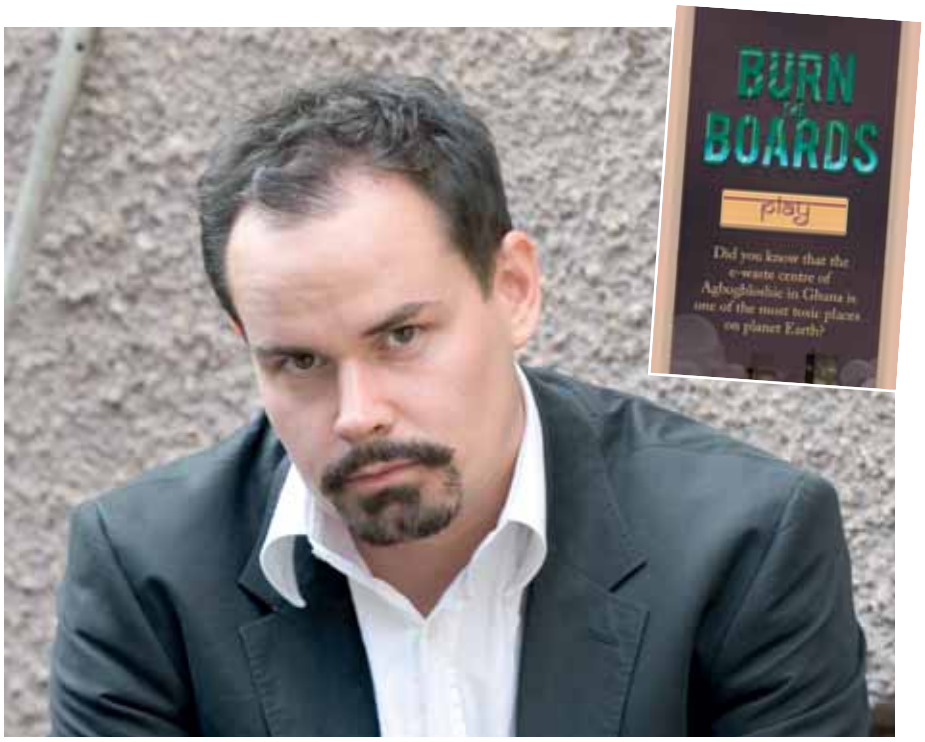
Die FundraisingBox ist ein Online-Arbeitsplatz für gemeinnützige Organisationen, um erfolgreich Spenden zu sammeln, zentral Kontakte zu verwalten und optimal im Team zusammen zu arbeiten.

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

Puzzeln für eine bessere Welt

Elektroschrott: Ein simples Game klärt auf und hilft

Mit der Puzzle-Simulation „Burn the Boards“ zeigt die Causa Creations GbR aus Karlsruhe, was mit alten Handys passiert. Der Spieler übernimmt die Rolle von Arun. Er recycelt Elektroschrott, bestreitet damit seinen Lebensunterhalt, kauft Medikamente gegen die gesundheitlichen Konsequenzen seiner Arbeit, versorgt seine Familie und sucht nach einer besseren Zukunft. 50 Prozent der Einnahmen von „Burn the Boards“ spendet Causa Creations der Aktionsgemeinschaft Solidarische Welt e.V. zur Unterstützung von Wanderarbeitern in Indien. Georg Hobmeier (game design, writing) erklärt im Interview mit Paul Stadelhofer die Idee und das Geschäftsmodell.



? „Burn The Boards“ wurde vor Kurzem released. Wie hoch waren die Kosten des Projekts?

Die Kosten von „Burn The Boards“ sind recht schwierig abzuschätzen, da es unser erstes Projekt war und wir es lange mehr oder weniger nebenbei betrieben haben. Grob geschätzt kann man jedoch von ungefähr 35.000 Euro ausgehen. Dabei sollte man jedoch bedenken, dass einige Arbeitspakete von externen Partnern übernommen wurden, auf dem „freien Markt“ wären also die Kosten sicher um 50 Prozent höher.

? Wie kam die Finanzierung zusammen?

Die Produktion von „Burn The Boards“ wurde uns durch mehrere großzügige Partner ermöglicht. Zuerst hat der Tiroler Designer Horst Philipp uns zu einem sehr frühen Zeitpunkt eine erste Investitionssumme zukommen lassen, dann wurde das Projekt vom österreichischen Kulturministerium mit einer Förderung für interdisziplinäre Forschung unterstützt. Dieser Anteil des Projekts läuft noch und wird in Zusammenarbeit mit Christian Knapp von der Technischen Universität Wien durchgeführt. Ein weiterer Unterstützer des Projekts waren die Schmiede Hallein und das Kulturamt München. Im Rahmen des EU-Projekts „What's the deal?“ konnten wir Teile des Spiels entwickeln und präsentieren. Unser NGO-Partner, die Aktionsgemeinschaft Solidarische Welt e. V., unterstützt uns schließlich mit Marketing und PR-Maßnahmen, was uns natürlich auch Kosten spart.

? Einnahmen sollen unter anderem aus der Werbung im Spiel stammen. Wie funktioniert das?

Die Werbung ist bei uns sehr stark in den Narrativ des Spiels integriert. Nach der Arbeit als Elektro-Schrott-Recycler kann man der Tochter des Fabrikbesitzers noch bei ihrer Marktforschung helfen, das bringt dem Spieler einige Spielemünzen und uns einige Cent pro angeschauter Werbung.

Dabei greifen wir auf ein Standard-System von Google namens Admob zu, welches je nach Region unterschiedliche Werbungen schaltet. Natürlich haben wir das System entsprechend adaptiert, damit die Spieler nur reguläre Inhalte zu sehen bekommen und keine Werbung für Glücksspiel oder Ähnliches.

? Eine weitere Einnahme-Quelle sind spezielle Ingame-Gegenstände. Wie funktioniert das?

Der Spieler kann mit den erworbenen Münzen Gegenstände kaufen, die ihm neue Möglichkeiten im Spiel eröffnen, ihn vor giftigen Gasen schützen oder seine Lebensqualität steigern. Für echtes Geld können sogenannte Premium-Items erworben werden, welche das Spiel etwas leichter machen und partiell als Spende fungieren. Das Spiel ist dezidiert nicht so angelegt, dass man Premium-Items braucht, um es zu gewinnen. Allerdings macht es die Sache einfacher, denn „Burn The Boards“ ist ein sehr anspruchsvolles Puzzlespiel, das sehr fordernd sein kann. Möchte man es ohne die Hilfe der Premium-Items knacken, so kann man diese bei Bedarf auch ausschalten.

„Burn The Boards“ ist verfügbar für iOS und Android. ▶ *www.burntheboards.net*

31.8.2015
Einreichungsschluss
Jetzt bewerben!

kultur marken award
cultural brand award

29.10.2015
TIPI am Kanzleramt, Berlin
Jetzt Tickets sichern!

kultur marken gala
night of cultural brands

29./30.10.2015
Verlagsgebäude Tagesspiegel Berlin
Jetzt Tickets sichern!

kultur invest kongress
culture invest congress

kulturmarken.de

Veranstalter:
causales

Premiumpartner:
TAGESSPIEGEL
arte MAGAZIN
RSM Verhülsdonk
DW Deutsche Welle

Fundraisingtag: „Bitte weiter so …“

Nach dem Spiel ist vor dem Spiel. Der 12. Sächsische Fundraisingtag / 9. Kirchenfundraisingtag Sachsen ist Geschichte. Nun freuen wir uns schon auf den 10. Fundraisingtag Berlin · Brandenburg am 8.10.2015!

Was schreiben die Gäste des Fundraisingtages in die Bewertungsbögen? Die Frage macht unser Organisationsteam nicht nervös, aber neugierig. Die Kommentare sprechen für sich:

„Ich betrachte den Tag als wertvollen Impuls, mich intensiv und zielgerichtet mit der Thematik zu befassen. Danke!“ + „Die Fundraisingtage geben mir Impulse für die Arbeit und motivieren!“ + „Für die Arbeit des Fundraisings braucht man einen langen Atem. Der Fundraisingtag ist ein guter Impuls, einfach dranzubleiben und weiterzumachen.“ + „Danke für super Vorträge, zum Beispiel ‚Großspender‘! Danke für die Teilnahme – hatte ich über das Fundraiser-Magazin gewonnen!“ + „Der Ablauf und die Organisation waren wirklich gut!“ + „Vielen Dank für die Einladung und die tolle Organisation! Freue mich schon auf Potsdam!“ + „Es war eine tolle Tagung – wieder ausgesprochen umsichtig organisiert und in einer umwerfend freundlichen Atmosphäre!“

Wir sehen uns am 8. Oktober in Potsdam.

► *www.fundraisingtage.de*

Kölner Verbände Seminare

www.verbaendeseminare.de

Steuerliche und gesetzliche Veränderungen
Risiken und Probleme rechtzeitig erkennen
Gestaltungsspielräume nutzen

Besteuerung der Wirtschafts- und Berufsverbände
Donnerstag, 12. November 2015 in Köln

Steuerprobleme und -risiken der Gemeinnützigen
Mittwoch, 25. November 2015 in Köln

Besteuerung von Körperschaften des öffentlichen Rechts (KdöR)
Donnerstag, 25. Februar 2016 in Berlin

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

Kooperationspartner
DGVM
Verbände Report

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

5/2015

NON-PROFIT FÜR EINSTEIGER RATGEBER

Gemeinnützigkeit erfolgreich beantragen

Darauf achtet das Finanzamt bei der Prüfung

Wer eine gemeinnützige Organisation unterstützt, kann seine Spende von der Steuer absetzen. Aber auch Verein, Stiftung und gGmbH haben von der Gemeinnützigkeit viele Vorteile. Deshalb sieht das Finanzamt bei der Prüfung genau hin. Das Fundraiser-Magazin verrät, worauf Non-Profit-Organisationen achten müssen.

Von PETER NEITZSCH

Ob Stadtteilinitiative oder Freizeitsportler – wo zwei oder drei Mitstreiter versammelt sind, ist der Schritt zur Vereinsgründung nicht weit. Dafür reicht es bereits aus, wenn die Gründungsmitglieder eine Satzung beschließen. „Die Gründung eines Vereins muss dem zuständigen Finanzamt innerhalb eines Monats angezeigt werden", sagt Detlef Huhs von der Oberfinanzdirektion Niedersachsen. Die Behörde prüft dann, ob die Satzung den gesetzlichen Anforderungen entspricht – und die Kriterien für Gemeinnützigkeit erfüllt.

„Die formelle Voraussetzung für den Antrag auf Gemeinnützigkeit ist die Satzung", bestätigt Stefan Winheller, Fachanwalt für Steuerrecht in Frankfurt am Main. Dafür hat der Gesetzgeber eine Mustersatzung zur Verfügung gestellt. „Von der sollte nicht abgewichen werden, sonst besteht die Gefahr, dass der Antrag abgelehnt wird." Zudem muss in der Satzung ein als gemeinnützig anerkannter Vereinszweck stehen – beispielsweise die Jugend- und Seniorenhilfe oder die Kultur- und Sportförderung. Welche Zwecke steuerbegünstigt sind, ist in der Abgabenordnung geregelt.

„In der Satzung sollte auch festgehalten werden, wie der Zweck gefördert werden soll", gibt Winheller zu bedenken. Wenn also Bildungsarbeit als Vereinsziel festgeschrieben ist, muss auch gesagt werden, ob das durch Podiumsdiskussionen, Workshops oder Infostände erreicht werden soll. Keine Rolle spielt für das Finanzamt, ob es sich um einen eingetragenen Verein handelt oder nicht, erklärt Huhs: „Der Eintrag ins Vereinsregister ist für die Steuerbegünstigung nicht erforderlich."

Die Prüfung der Gemeinnützigkeit sollte am besten noch vor der Vereinsgründung erfolgen. „Der umgekehrte Weg wäre ein großer Fehler", warnt Winheller. Denn im Nachhinein lässt sich die Satzung nur mit einigem Aufwand ändern. Eine solche Vorabprüfung ist meist unkompliziert möglich: „Man entwirft eine Satzung und schickt diese an das Finanzamt mit der Bitte um formlose Prüfung." Das Feedback der Behörde wird dann in den Entwurf eingearbeitet, bis die korrekte Satzung steht. „Dasselbe Prozedere gilt vom Grundsatz her auch für Stiftungen oder eine gGmbH."

Spenden an gemeinnützige Organisationen sind für den Spender bekanntermaßen steuerlich absetzbar. Das hilft beim Fundraising. Doch der Status der Gemeinnützigkeit hat auch für die Organisation selbst zahlreiche Vorteile. So sind gemeinnützige Organisationen von der Körperschafts-, der Gewerbe- und der Grundsteuer befreit. Aber auch bei der Umsatz- sowie bei der Erbschafts- und Schenkungssteuer gibt es Vergünstigungen, erläutert Winheller. „Häufig ist auch die Vergabe staatlicher Fördermittel an die Gemeinnützigkeit geknüpft."

Doch es kommt nicht nur darauf an, was auf dem Papier steht: Auch die tatsächliche Geschäftsführung muss den Satzungsbestimmungen entsprechen. Ist das nicht der Fall, kann das Finanzamt den Status der Gemeinnützigkeit aberkennen: „Oftmals führen Verstöße gegen die ordnungsgemäße Geschäftsführung zu einem Verlust der Gemeinnützigkeit“, warnt Huhs. Das sei beispielsweise bei der Fehlverwendung oder Veruntreuung von Vereinsmitteln der Fall sowie bei Verstößen gegen die Rechtsordnung.

Auch wenn der Geschäftsbetrieb eines Vereins überwiegt, kann das die Gemeinnützigkeit gefährden: „Problematisch ist es, wenn der wirtschaftliche Bereich, der kein Zweckbetrieb ist, zum Selbstzweck des Vereins wird“, erklärt Huhs. Ein Indiz dafür sei die Höhe der Umsätze, die in diesem Bereich erwirtschaftet werden. „Bei der Bewertung kommt es immer auf den Gesamteindruck an“, sagt Winheller. Eine Lösung könnte es sein, den Geschäftsbetrieb – zum Beispiel den Merchandise-Handel oder die Vereinsgaststätte – auszugliedern.

„Es gibt immer dann Probleme, wenn wirtschaftliche Zwecke unter dem Deckmantel des gemeinnützigen Zwecks verfolgt werden“, berichtet Winheller. So dürfe eine Non-Profit-Organisation nicht dafür missbraucht werden, einer bestimmten Agentur Aufträge zuzuschustern. „Solche Verträge sind zwar zulässig, sie müssen aber immer drittangemessen sein“, erklärt der Anwalt. Das bedeutet, die Vergütung sollte sich daran orientieren, was für einen vergleichbaren Auftrag am Markt gezahlt würde.

„Auch überzogene Gehälter der Geschäftsführung führen immer wieder zu Problemen“, sagt Winheller. Auch hier ist der sogenannte Drittvergleich ausschlaggebend, also das, was üblicherweise in der Branche gezahlt wird. Insgesamt dürfen die Verwaltungskosten, zu denen auch die Gehälter zählen, 50 Prozent nicht übersteigen: „Eine Organisation, die sich durch Spenden und Mitgliedsbeiträge finanziert, muss mindestens die Hälfte der Einnahmen für den Förderzweck verwenden.“ Sonst geht der Steuervorteil verloren.

Bei Organisationen, die sich durch Gebühren oder andere Einnahmequellen finanzieren, beispielsweise Kindergärten oder Seminarbetriebe, gilt diese 50-Prozent-Grenze nicht. Eine erfolgsabhängige Vergütung für Fundraising-Agenturen könnte dagegen schnell zu Schwierigkeiten führen: „Wenn im ersten Jahr 80 Prozent der Beiträge aus einer Fördermitgliedschaft an die Agentur gehen, kann das problematisch werden.“

Link-Tipp:
„FAQ Gemeinnützigkeit“ der Oberfinanzdirektion Niedersachsen: http://bit.ly/1hxhila

Telefon-Fundraising
Wer’s wagt, gewinnt!

Unser Angebot:
- Outbound-Telefonie
- Inbound-Telefonie
- Beratung und Schulung
- Mobiles Telefonstudio

Wir sprechen mit Erfahrung!

Rufen Sie uns an:

Deutscher Spendenhilfsdienst – DSH GmbH
Köln: 0221/9901000
koeln@spendenhilfsdienst.de

Deutscher Spendenhilfsdienst Berlin GmbH
Berlin: 030/232553000
berlin@spendenhilfsdienst.de

www.spendenhilfsdienst.de

Deutscher Spendenhilfsdienst

Die Schweizer – ein spendenfreudiges Volk

Der Spendenmonitor der „gfs-zürich“ kennt die Zahlen

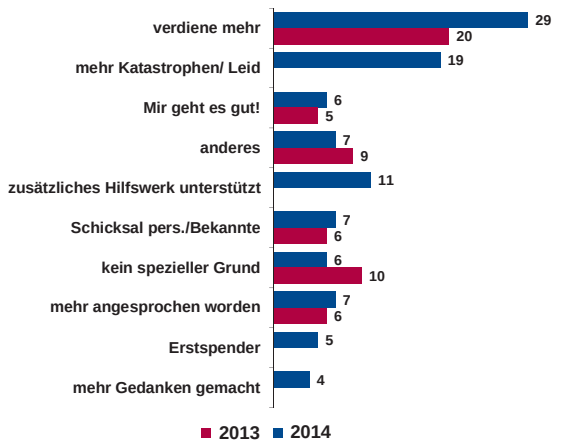
In der Schweiz hat das Spenden eine lange Tradition. Dies zeigt sich in einem vergleichsweise hohen Spenderanteil und großen Summen, die durch die Privathaushalte an gemeinnützige Organisationen vergeben werden. Der vom Forschungsinstitut gfs-zürich durchgeführte Spendenmonitor hat über die vergangenen 18 Jahre die Hintergründe dazu verfolgt.

Von MARTIN ABELE

Rund zwei Drittel bis drei Viertel der Schweizer Privathaushalte unterstützen jedes Jahr gemeinnützige Organisationen durch Spenden. Das ist ein vergleichsweise hoher Anteil, wenn man bedenkt, dass zum Beispiel im Spendenmonitor Deutschland 2011 nur 35 Prozent Spendende nachgewiesen wurden. Der Spenderanteil war in den vergangenen 18 Jahren sehr konstant. Bei größeren Ereignissen, wie zum Beispiel bei der schweren Überschwemmungskatastrophe im Walliser Dorf Gondo im Jahr 2000 oder beim Tsunami in Ostasien, steigt der Anteil der Spendenden jeweils kurzfristig auf über 75 Prozent an, um danach langsam wieder auf ein durchschnittliches Niveau abzusinken. Der Durchschnitt über den gesamten Untersuchungszeitraum seit 1997 liegt bei 70 Prozent.

Gründe für die Erhöhung des Spendenbetrages

Angabe in Prozent; Personen, die im vergangenen Jahr mehr gespendet haben; n 2014 = 75



WEST-OST-GRABEN

Wie in anderen Ländern auch spenden mehr Frauen als Männer (2014: 69 % bzw. 63 %), und mit steigendem Bildungsabschluss nimmt auch der Spenderanteil zu. Junge Menschen spenden klar seltener als der Durchschnitt der Bevölkerung. Die Altersgrenze, ab wann die Menschen substanziell häufiger spenden, liegt bei 27 bis 28 Jahren. Bis zum 22. Lebensjahr spendete 2014 durchschnittlich erst ein Viertel der Befragten, bei den 23- bis 27-Jährigen war es rund ein Drittel, und ab dem 28. Altersjahr spendeten 60 Prozent und mehr Befragte. Es ist anzunehmen, dass es für die Entscheidung zu spenden von entscheidender Bedeutung ist, ob jemand über eine gefestigte Lebenssituation und ein gesichertes Einkommen verfügt.

Lastschriftverfahren im Kommen

Wenn es darum geht, eine Spende zu tätigen, wählen die Spendenden in der Schweiz weiterhin am häufigsten die Form der Einzahlung (am Postschalter oder per E-Banking). 2014 haben 8 von 10 Spendern diese Zahlungsform genutzt. Der Trend der letzten fünf Jahre ist jedoch rückläufig. Die unter 35-jährigen Spender zahlen nur zu 64 Prozent auf diese herkömmliche Art. An zweiter Stelle stehen weiterhin die Barspenden, die von rund einem Drittel der Spendenden (zusätzlich) getätigt werden. Die von den Non-Profit-Organisationen stark propagierten Lastschriftverfahren konnten in den letzten Jahren an Boden zulegen. Ihr Anteil betrug vor 10 Jahren erst 8 Prozent und hat sich seither mit 20 Prozent mehr als verdoppelt. Die über 64-Jährigen und die Westschweizer nutzen diese Zahlungsform noch signifikant seltener als die übrigen Spendergruppen.

Beliebteste Spendenzwecke

Die am häufigsten unterstützten Spendenzwecke waren in den letzten Jahren jeweils die Krankheitsbekämpfung, die Kinderhilfe und die Behindertenhilfe. 2014 wurden diese von je knapp 60 Prozent der Spendenden berücksichtigt. Mit je rund 40 Prozent Spendern folgen dahinter die Armenunterstützung in der Schweiz und weltweit, der Natur- und Umweltschutz, die Hungerbekämpfung, die Katastrophenhilfe im In- und Ausland, der Tierschutz und die Entwicklungshilfe. Zwischen 25 und 30 Prozent der Spendenden unterstützten 2014 Projekte für die Bergbevölkerung, alte Menschen, Flüchtlinge und die Menschenrechte.

Regional gibt es in der Schweiz einen deutlichen West-Ost-Unterschied. In der französischen Schweiz lag der Spenderanteil zumeist signifikant niedriger als in der Deutschschweiz. 2014 spendeten 57 Prozent der Westschweizer im Vergleich zu 69 Prozent der Deutschschweizer Haushalte, in denen Spenden für gemeinnützige Organisationen getätigt wurden. Der Grund für die niedrigere Quote in der Romandie liegt einerseits in der höheren Anzahl von Haushalten mit geringem Einkommen, andererseits tendieren die Westschweizer auch eher als die Deutschschweizer dazu, Aufgaben an den Staat zu delegieren.

Spendenmonitor Schweiz

Das Forschungsinstitut gfs-zürich befragte seit 1997 im Auftrag verschiedener gemeinnütziger Organisationen jährlich Privatpersonen in der Deutsch- und Westschweiz zu ihrem Spendenverhalten und zum Image der Werke. Bis 1999 wurden 1 000 Personen befragt, danach wurde die Stichprobe auf 1 500 erhöht. Die Befragten wurden mithilfe eines kombinierten Random-/Quota-Verfahrens zufällig ausgewählt und persönlich interviewt.

HOHE SPENDENSUMME PRO HAUSHALT

Schweizer spenden nicht nur in hoher Zahl, sie geben auch sehr großzügig. Die schweizerische Zertifizierungsstelle Stiftung Zewo errechnete für 2013 eine Spendensumme von 1,7 Milliarden Franken. Dies entspricht 213 Franken pro Einwohner. Pro spendendem Haushalt betrug die durchschnittliche Summe im Mittel der vergangenen 18 Jahre rund 480 Franken (rund 500 Euro). Die Tendenz war aufgrund der weiterhin guten Wirtschaftslage in der Schweiz und der deutlich spürbaren Bedürftigkeit in den letzten Jahren steigend. 2014 wurde pro spendendem Haushalt eine Spendensumme von 700 Franken errechnet. Auch hier zeigt sich der oben beschriebene West-Ost-Graben: Westschweizer spenden in der Regel nur halb so viel wie die Deutschschweizer.

Martin Abele *ist Soziologe und war von 2002 bis 2014 verantwortlicher Projektleiter des Schweizer Spendenmonitors. Er ist seit 1998 beim Markt- und Sozialforschungsinstitut gfs-zürich tätig. Seine Schwerpunkte sind Studien für Non Profit-Organisationen, Themen rund um soziale Gruppen und der Arbeitsmarkt. Er ist außerdem der Spezialist im Haus für Fokusgruppen und Argumentetests.*
▶ *www.gfs-zh.ch*

stiftungschweiz.ch

Neu ab Oktober 2015: Suche nach Kategorien!

DIE SCHWEIZER STIFTUNGSPLATTFORM

Suchen Sie eine Förderstiftung in der Schweiz?
Oder wollen Sie als Förderstiftung einen Umsetzungspartner mit förderungswürdigen Projekten 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

Wie spreche ich große Unterstützer richtig an?

Erfahrungen von SOS-Kinderdorf International

Katharina Steinkellner ist Head of Global Leadership Giving bei SOS-Kinderdorf International. Beim International Fundraising Congress 2015, der vom 20. bis 23. Oktober stattfindet, hilft Steinkellner den Teilnehmern mit dem Ausbau ihrer Beziehungen zu Großspendern und Unternehmenspartnern. Im Interview mit unserem Autor Paul Stadelhofer erklärt sie, wie sich das Thema bei SOS-Kinderdorf entwickelt hat und worauf es in der Zusammenarbeit ankommt.

? Der Titel Ihres Workshops lautet „State your case! How to appeal to Leadership Giving Donors?" Worum geht es dabei?

Unter Leadership Giving Donors verstehen wir drei spezifische Spendergruppen: Die Großspender, die Unternehmenspartner und die Stiftungen, womit eher die privaten Stiftungen als die institutionellen Stiftungen gemeint sind. Wir wollen Menschen ansprechen, die Einfluss und Zugriff auf Mittel aus diesen drei Bereichen haben. Ein Beispiel: Der Vorstandsvorsitzende eines Konzerns entscheidet über die CSR-Strategie des Unternehmens und wählt NGO-Partner aus. Er könnte aber auch Einfluss auf die Unternehmensstiftung nehmen, und zuletzt entscheidet er, wie er sein privates Vermögen philanthropisch einsetzen möchte.

? Und in diesen Bereichen soll er Geld spenden?

Uns geht es dabei nicht nur um finanzielle Beiträge. Menschen mit großem gesellschaftlichem und unternehmerischem Gestaltungsspielraum können einer Organisation wie der unseren noch viel mehr bieten als nur monetäre Unterstützung. Sie können Netzwerke eröffnen, in der externen Positionierung helfen und viel an Expertise und Erfahrung teilen. Es geht um einen holistischen Blick auf Entscheidungsträger und um eine persönliche Ansprache. Egal von welcher Seite man Zugang zu diesen Personen bekommt, ob über das Unternehmen, die Stiftung oder als Privatperson, es braucht immer maßgeschneiderte Präsentationen und persönliche Gespräche, also „eins zu eins Fundraising".

> **„Menschen mit großem gesellschaftlichem und unternehmerischem Gestaltungsspielraum können einer Organisation viel mehr bieten als nur monetäre Unterstützung."**

? Wie hat sich dieser Ansatz von Leadership Giving Donors bei SOS-Kinderdorf entwickelt?

SOS-Kinderdorf ist historisch eine „Individual Giving Organisation". Unsere Stärke, oder besser unsere Fundraising-DNA, liegt in Einzelspenden und Kinderpatenschaften. Unser Gründer, Hermann Gmeiner, hat aber schon 1952 für den Bau des zweiten Kinderdorfes ein wenig außerhalb von Wien Unternehmenspartner für einzelne Familienhäuser gefunden. Dieser Bereich war also auch schon lange ein Bestandteil unseres Fundraising-Portfolios. Der strategische Fokus auf Großspender und die Stiftungen ist allerdings eine neue Entwicklung in unserer Organisation. Wir sind dann auch gleich richtig auf den Leadership-Giving-Zug aufgesprungen und haben eine holistische Strategie entwickelt, um diese Zielgruppe anzusprechen. Da geht es also wirklich auch um den Case for Support.

? Was verstehen Sie unter Case for Support? Wie hat sich Ihre Strategie genau entwickelt?

Was wir sehen, ist, dass diese Spendergruppen immer anspruchsvoller werden und auch immer besser informiert sind, was internationale Entwicklungszusammenarbeit anbelangt. Bill und Melinda Gates verstehen wahrscheinlich mehr von Public Health als viele Mitarbeiter in NGOs. Es ist notwendig geworden, individuell für jede einzelne Person, jede einzelne Stiftung oder jedes einzelne Unternehmen Interessenlagen zu analysieren und zu überlegen, welcher Nutzen aus einem gemeinnützigen Engagement erwartet wird.

Bei Unternehmen ist das natürlich stark auf den Business-Case ausgerichtet und an der Frage orientiert, wie eine Aktion die Unternehmensziele stärkt. Philanthropen und Privatpersonen haben hingegen andere Motive. Das reicht von einer eher intrinsischen Motivation, etwas an die Gesellschaft zurückgeben zu wollen, bis hin zu Social Impact Investment oder Venture Philanthropy, wo es darum geht, ein „gutes" Geschäft zu machen. Wir schauen, wo wir als Organisation dazupassen und einhaken können und wie wir unsere Programme dafür bestmöglich positionieren und verpacken.

? Gibt es ein griffiges Beispiel dafür, wie man diesen Prozess gestaltet?

Ein gutes Beispiel ist unsere Unternehmenspartnerschaft mit der Deutschen Post DHL Group. Hier war am Anfang des Kontakts der Anspruch da, ein gemeinsames Ziel für eine Partnerschaft zu formulieren, das auch auf Unternehmensseite positiv wirkt. Unsere Arbeit bei SOS-Kinderdorf hat mit dem Logistik-Geschäft auf den ersten Blick herzlich wenig zu tun. Die Verbindung mit dem Kerngeschäft war also keine augenscheinliche und es bedurfte einiger Treffen und Workshops und viel gedanklicher Arbeit, um die Strategie und Ziele des Unternehmens zu verstehen. Dabei haben wir gelernt, dass im Bereich Human Resources das Ziel verfolgt wird, „Employer of Choice" zu sein. Dort konnten wir anknüpfen und eine Partnerschaft entwickeln, die sich auf Unternehmensseite auf die Mitarbeiter und auf unserer Seite auf die Jugendlichen konzentriert. Den Jugendlichen soll durch den direkten Kontakt mit den Mitarbeitern der Deutschen Post der Zugang zur Arbeitswelt erleichtert werden.

? Es geht also eher um Corporate Volunteering?

Genau. Es geht sehr stark darum, verschiedene Angebote für die Jugendlichen zu entwickeln, die zu den jeweiligen lokalen Bedürfnissen passen. Das kann ein Trainingsangebot sein, Unterstützung beim Verfassen des Lebenslaufs oder ein Praktikum. Das sind also immer abgestimmte Inhalte, die für die Jugendlichen vor Ort interessant und relevant sind und die die Mitarbeiter auch leisten können.

? Es geht also nicht nur um Geld?

Nicht nur, aber auch. Vorrangig geht es um „employability", also um die Fähigkeit, einen Job zu finden. Die Stärkung dieser Fähigkeit steht zwar im Zentrum der Partnerschaft – ist aber nur ein Element, das Jugendliche auf dem Weg in die Selbständigkeit unterstützt. Wichtig ist auch, dass sie ein sicheres, liebevolles Zuhause haben und eine adäquate Ausbildung machen können. Vom Partner kommt daher auch finanzielle Unterstützung für unsere Jugendeinrichtungen. So können wir für die Jugendlichen gemeinsam mit der Deutschen Post ein Gesamtpaket schnüren.

? Das hat sich im Dialog entwickelt?

Ja. Im Austausch und mit einer sehr großen Offenheit. Es beginnt mit Ideen für ein gemeinsames Thema, die sorgfältig gemeinsam weiterentwickelt werden. Wir haben in der Vergangenheit oft den Fehler gemacht, mit fertigen Vorschlägen in ein Gespräch zu gehen und zu sagen: „Wäre das nicht ein tolles Projekt?" Hier ging es mehr darum zuzuhören und zu verstehen, wie die Deutsche Post ihre Ziele versteht und was im Unternehmen passiert.

- *www.resource-alliance.org/ifc*
- *www.sos-kd.org*

Thinking Big in a Small World

Top- und Großspenderentwicklung in regionalen Organisationen

Regionale Organisationen können ihre Topspender bei entsprechender strategischer Ausrichtung zur Förderergruppe mit einem hohen ROI und hohen Responseraten entwickeln. Das zeigen zumindest Erfahrungen bei der Diakonie Stetten, einem sozialen Dienstleister im Großraum Stuttgart.

Von GABRIELE MAIER

Da Topspender zahlenmäßig überschaubar und in der Beziehungspflege vergleichsweise „genügsam" sind, ist diese Zielgruppe äußerst wertvoll – gerade im regionalen Bereich, wo sowohl die Möglichkeiten der Neuspenderwerbung als auch das Potenzial an Großspendern sehr begrenzt sind.

DIE AUSGANGSÜBERLEGUNGEN

Als grundlegende Voraussetzungen für erfolgreiches regionales Fundraising haben wir bei der Diakonie Stetten folgende Punkte definiert: geografische Nähe zu Förderern, regionale Bekanntheit einer Organisation und ihrer Aufgaben oder Leistungen, vielfältige mediale Präsenz, Einbindung der Geschäftsführung in die Beziehungspflege mit Förderern (u.a. Mitgliedschaft), kleiner Fördererbestand bei eingeschränkten Möglichkeiten der Neuspenderwerbung.

Wir haben zu Beginn der Maßnahmen eine Segmentierung vorgenommen, die in unserem Falle zum einen Spender umfasst, die 400 bis 1.999 Euro pro Jahr spenden und jene, die über 2.000 Euro pro Jahr spenden. Dies erscheint uns für Organisationen, die im lokalen und regionalen Umfeld tätig sind, eine sinnvolle Einteilung zu sein. Die Segmentierung hat ergeben, dass wir circa 550 Topspender und nur sehr wenige Großspender in unserer Datenbank haben.

In einem zweiten Schritt haben wir eine Datenbankanalyse bei einem Dienstleister beauftragt, um mögliche Großspender zu identifizieren. Wir haben uns dann allerdings – nicht zuletzt aus Kapazitätsgründen – gegen eine weitere Fokussierung auf potenzielle Großspender entschieden.

DIE STRATEGIE

Nachdem klar war, dass wir aufgrund unserer Ressourcen nur begrenzt intensive Spenderbetreuung leisten können, haben wir versucht, einen Kompromiss zwischen möglichst individueller Ansprache und standardisierter Betreuung zu finden. Im vergangenen Jahr haben wir dann die Zielgruppe Topspender mit einem eigenen Maßnahmenplan geführt, der aus einer Mischung aus Mailings, persönlicher Ansprache und einer Einladung zu einem Spenderausflug bestand. Für unsere Mailings haben wir eine eigene Gestaltungslinie erstellt (A5-Format). Die Zahl der Mailings haben wir für diese Zielgruppe reduziert auf jährlich drei und haben Nichtreagierer teilweise separat nochmals angeschrieben. Beim Anschreiben und beim Dank haben wir individuell Grüße ergänzt oder Give-aways (u.a. handgefertigte Grußkarten, Lesezeichen aus unseren Werkstätten) beigefügt.

DIE ERGEBNISSE

Die bisherigen Ergebnisse haben gezeigt, dass unsere Strategie richtig war und erfolgversprechend ist. Flops waren diejenigen Maßnahmen, bei denen wir versucht haben, näher an die Spender heranzurücken mit Einladungen zu Veranstaltungen wie zum Beispiel einem Spenderausflug,

Mailing Weihnachten 2013

Mailingbestandteile (Foto):
- Spendenbitte
- als Geschenk verpackter Lebkuchen mit einem – essbaren – Foto einer Szene unserer Reittherapie
- Zahlschein
- handschriftlich adressiertes Anschreiben mit Briefmarke
- Auflage: 400
- (juristische Personen & Einzelpersonen)
- Responserate Topspender: 41,77 %
- Responserate gesamt: 27,12 %
- ROI Topspender: 45,13
- ROI gesamt: 19,28

Mailing Weihnachten 2014

Mailingbestandteile:
- Anschreiben, das alle Spender/innen bekommen haben (3 Werbecodes TS 2012/ TS 2013/ TS 2014)
- Geschenkkartenset (als Geschenk verpackt mit einem handgeschriebenen Geschenkanhänger)
- Zahlschein
- Brief mit Adressetikett und Briefmarke
- Versand Topspender gesamt: 550
- Topspender gesamt: 242
- Anteil Topspender / Gesamtspender: 1,2 %
- Anteil Erlös Topspender: knapp 20 %
- Responseraten je nach Werbecode zwischen 32 und knapp 56 %
- ROIs zwischen knapp 18 und 62

der sich ja gerade im Regionalen anbietet. Anders als geplant waren nur ein Drittel der Teilnehmer Topspender, die restlichen zwei Drittel haben wir mit Spendern des Ausflugszielorts „aufgefüllt". Das führte zu einem kaum vertretbaren Kosten-Nutzen-Aufwand. Bei einer weiteren Veranstaltung waren wir zu wenige Personen, um mit jedem der Spender persönlich in Kontakt zu kommen. Man muss sich dessen bewusst sein, dass die geografische Nähe und die Präsenz vor Ort nicht nur Chancen sondern auch Risiken bergen. Förderer haben kurze Wege, und Unzulänglichkeiten in Projekten können rasch sichtbar werden. Dies muss man konzeptionell berücksichtigen.

Es hat sich schon nach wenigen Maßnahmen gezeigt, dass das Segment Topspender erhebliches Potenzial beinhaltet. Durch die kurzen Wege in der Region sind diese Spender vergleichsweise leicht zu involvieren und damit zu binden.

Gabriele Maier *ist Fundraiserin und Kommunikationswirtin und hatte bis vor Kurzem die Leitung der Abteilung Spenden, Förderer und Events bei der Diakonie Stetten e.V. inne, einem sozialen Dienstleister für Menschen mit Beeinträchtigungen im Großraum Stuttgart.*
▶ *www.diakonie-stetten.de*

18. BAD HONNEFER FUNDRAISING FORUM

MAILINGS: WER SCHREIBT BLEIBT – ERFOLGREICH!

DONNERSTAG, 12. NOVEMBER 2015
IUBH SCHOOL OF BUSINESS AND MANAGEMENT, BAD HONNEF

Sponsoren: Bank für Sozialwirtschaft GFS

Experten-Befragung zu Mailings

Wir verlosen unter allen Antwortenden sechs Frei-Tickets im Wert von jeweils 149 Euro für das 18. Bad Honnefer Fundraising Forum am 12. November.

www.fundraising-forum.de

Die Ergebnisse der Befragung werden exklusiv auf dem Bad Honnefer Fundraising Forum veröffentlicht.

Danke für Ihre Teilnahme!

Individuell zum Ziel

Wie der Malteser Hilfsdienst sein Spendenmailing optimiert hat

Big Data ist für Sie (noch) ein Buch mit sieben Siegeln? Mit ihrem runderneuerten Sammelbestätigungsmailing zeigen die Malteser, wie zielgruppengerechte Ansprache auch ganz ohne aufwendige Analysen und komplizierte Algorithmen funktionieren kann.

Von BRITTA JANSSEN

Jedes Frühjahr erwarten Spender und Förderer ihre Spendenquittung für das Finanzamt. Wie viele andere Organisationen auch verbinden die Malteser deren Versand mit einem Spendenaufruf. Das „Quittungsmailing" entwickelte sich dabei über die Jahre zu einer echten Wundertüte, bestehend aus Anschreiben, Zahlschein, Prospekt und einem Coupon zum Anfordern von Erbschafts- beziehungsweise Stiftungsinformationen. Zudem deckte der Prospekt einen Strauß von Themengebieten ab. Denn Malteser-Spender spenden für Hospizarbeit ebenso wie für Katastrophenhilfe, für Notfallseelsorge wie für langfristige Entwicklungszusammenarbeit. 2014 stieß diese Strategie des One-fits-all an ihre Grenzen: Die Einnahmen aus dem Quittungsversand waren gegenüber dem Vorjahr um 5,2 Prozent gesunken.

„Wie bei jedem großen Wohlfahrtsverband ist auch bei uns die Spenderbasis sehr heterogen", erklärt Dr. Stefan Johag, stellvertretender Abteilungsleiter Fundraising bei den Maltesern. Einer hohen sechsstelligen Anzahl von Fördermitgliedern, deren Interesse sich vorwiegend auf die Inlandsarbeit beschränkt, steht eine deutlich kleinere Gruppe aktiver Spender gegenüber, die sich finanziell stark für Auslandshilfe engagiert. Wer wofür spendet, ist in der Sammelbestätigung durch die Angabe von Spendenzweck, -höhe und -datum genau dokumentiert.

FOKUSSIEREN, PROFITABLER WERDEN

„Unser vorrangiges Ziel bestand darin, das Sammelbestätigungs-Mailing klarer zu strukturieren und zielgruppengerechter zu gestalten", so Johag. „Die Reduzierung der Mailingbestandteile stand dabei an erster Stelle. Als die Agentur fundango eine stärkere Berücksichtigung der individuellen Spenderinteressen vorschlug, haben wir uns gern darauf eingelassen." Der Digitaldruck bietet dazu mittlerweile perfekte Möglichkeiten. Fotos, Texte und spenderbezogene Variablen können beliebig kombiniert werden. Leider ist die Technik bei sechsstelligen Auflagen noch vergleichsweise teuer, für die Einnahmestruktur (Responserate, Durchschnittsspende) der Malteser kam der Digitaldruck daher nicht in Frage. Stattdessen wurden die

Abb.1

Mailings allein durch gelaserte Variablen individualisiert. Eigentlich ein alter Direktmarketing-Hut, aber selten wird dieses einfache Instrument so konsequent und effektiv eingesetzt. Das Lasern individueller Spendenbeispiele an verschiedenen Stellen im Mailing führte – bei geringeren Kosten als in den Vorjahren – zu einer Steigerung der Bruttoeinnahmen um 52,5 Prozent.

552,5 PROZENT MEHR SPENDENEINNAHMEN

Zwei Dinge sind dabei zu beachten: Die Gestaltung muss so angelegt sein, dass ausreichend Spielräume für die Personalisierung vorhanden sind. Wir nutzten dazu die Briefrückseite (Abb.1) sowie den Platz zwischen dem alten und neuen (SEPA)-Zahlschein (Abb. 2). In einer Matrix wird genau festgelegt, welche Spendergruppen welches Spendenbeispiel erhalten. Im Fall der Malteser beschränk-

ten wir uns auf drei mal vier Kriterien: Die Spender wurden einerseits nach der Höhe ihrer höchsten Einzelspende segmentiert, andererseits nach ihrem Status als „reine“ Spender, „reine“ Fördermitglieder oder als „Mischform“ aus Spenden und Mitgliedsbeiträgen.

Stefan Johag weist darauf hin, dass vorab keine aufwendige Selektion notwendig war, sondern alle erforderlichen Parameter direkt aus den Daten der Sammelbestätigung abgeleitet wurden. Und da Sammelbestätigungen als Brief versendet werden müssen, gibt es auch keinen Konflikt mit den Infopost-Bestimmungen der Deutschen Post.

EIN BRIEF, VIELE VARIANTEN

„Die Fokussierung auf wenige, dafür für die jeweiligen Spender relevante Inhalte hat sich ausgezahlt“, freut sich der Malteser Fundraiser. „Wir haben mehr auf dem Konto, und alle Kennzahlen zeigen im Vergleich zum Vorjahr deutlich nach oben: Die Responserate stieg um 43 Prozent, die Durchschnittsspende um acht Prozent und der Return on Investment gar um 66 Prozent“, so Johag. Eine gestiegene Zufriedenheit der Spender mit „ihrer“ Organisation und daraus resultierend eine bessere Bindung darf ebenfalls vermutet werden.

FAZIT: INDIVIDUALITÄT SCHAFFT RELEVANZ

Individualisierung lohnt sich. Und mit dem Digitaldruck erschließen sich völlig neue Möglichkeiten, Spender entsprechend ihrer Interessen und finanziellen Möglichkeiten ebenso kostengünstig wie zielgenau anzusprechen. Eine Entwicklung, die auch dazu beiträgt, Streuverluste einzudämmen, indem sie der subjektiv empfundenen „Werbeflut“ Relevanz entgegensetzt. Schon heute sollte sich darum jede Fundraising betreibende Organisation – allen voran solche mit weit gefächertem Satzungszweck – Gedanken machen, wie sie neben Buchungsdaten auch Themenpräferenzen in ihrer Spenderdatenbank abbildet. Denn nur, wenn diese Daten systematisch gepflegt werden, kann das passgenaue Mailing – oder auch E-Mailing – erfolgreich umgesetzt werden.

Britta Janssen *gründete 2011 gemeinsam mit Olaf Zerell die fundango GmbH. Die Fundraising-Agentur verwirklicht anspruchsvolle Direktmarketing-Kampagnen für gemeinnützige Organisationen und ist Gewinnerin des Mailingwettbewerbs 2012 sowie von zwei ddp-awards in Silber 2014.*

▶ *www.fundango-agentur.de*

Von der Theorie zur Praxis und zurück

Wie Start-ups von der Zusammenarbeit mit Hochschulen profitieren – und umgekehrt

Seit zwei Jahren unterstützen Studenten der TU Berlin das Social-Start-up „spendenideen.de". Das Kooperationsprojekt zeigt äußerst erfolgreich, wie Start-ups durch Kooperationen mit etablierten Institutionen Wissenszufluss erfahren können.

Von ISABEL KORCH und KERSTIN ADOLF-WRIGHT

Um langfristig und nachhaltig gesellschaftliches Engagement zu fördern, benötigt man die gleichen Management Skills wie auch in der Privatwirtschaft. Vor diesem Hintergrund beschäftigen sich immer mehr Studiengänge im geistes- und sozialwissenschaftlichen Bereich mit der Frage, wie betriebswirtschaftliche Modelle und Handlungspraktiken an die Anforderungen von Non-Profit-Organisationen angepasst werden können. Neben der ausgewogenen Finanzlage der Organisation, beispielsweise mittels Bildungssponsoring, müssen nun auch Fragen der Personalentwicklung, der Öffentlichkeitsarbeit (Bildungsmarketing), des Bildungscontrollings, der Verwaltungsorganisation und Organisationsentwicklung berücksichtigt werden. Dies ist ein Inhalt des Masterstudiengangs „Bildungswissenschaft – Organisation und Beratung" und ein besonderer Schwerpunkt im Seminar „Managementfunktionen im Bildungssektor". Betriebswirtschaftliche Kenntnisse sollen auf das tatsächliche spätere Berufsfeld der Studenten mittels praxisnaher Beispiele übertragen werden.

Aus diesem Grund arbeitet Kerstin Adolf-Wright als Dozentin des Seminars mit verschiedenen Projektpartnern zusammen – seit dem Wintersemester 2013/2014 unter anderem mit den Initiatoren der Charity-Shopping-Plattform Schulengel.de. Als Schwerpunkt der Zusammenarbeit galt es zunächst herauszufinden, was die konkreten Bedarfe von Vereinen sind, die zunehmend auf Spenden angewiesen sind und darüber hinaus Unterstützung vor allem in der Mitgliedergewinnung und Organisation ihrer täglichen Arbeit benötigen.

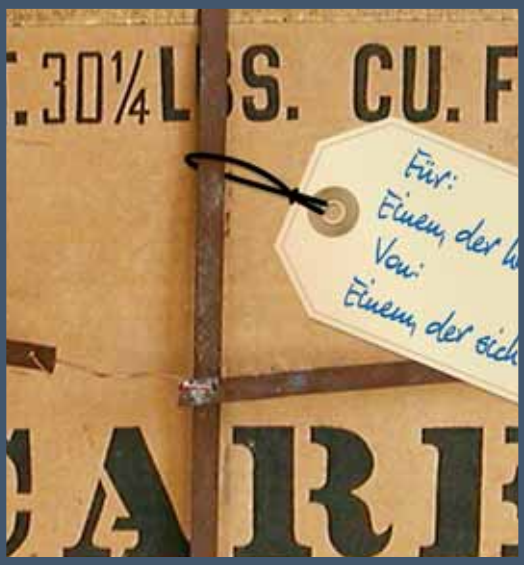
Aus den ersten Ergebnissen der Zusammenarbeit entstand der Gedanke, die Online-Plattform spendenideen.de zu entwickeln, um Wissen und Erfahrungen zum Spendensammeln von engagierten Bürgern transparent zu machen. Eine Anlaufstelle für offene Fragen, Hilfestellungen oder einfach Inspiration vermissen viele Ehrenamtliche laut der Erhebung in ihrer täglichen Arbeit besonders. So soll langfristig ein Wissens-Netzwerk entstehen, an dem Ehrenamtliche aus ganz Deutschland partizipieren und von dem sie profitieren können.

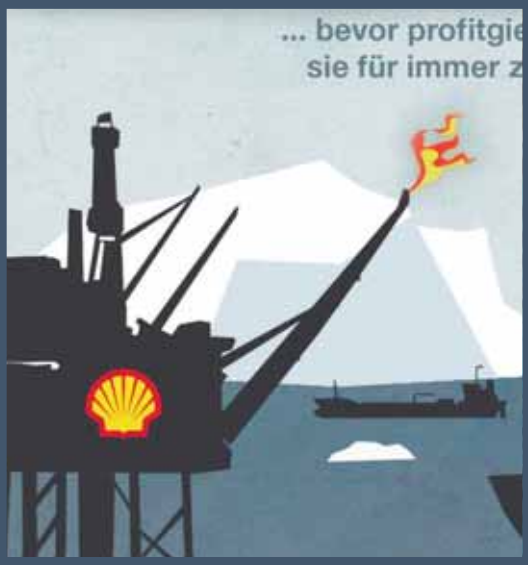
Ein großes, komplexes Vorhaben, das im Rahmen der Projekttätigkeit durch die Studenten eigenverantwortlich und in enger Abstimmung mit Projektpartner und Universität über den Zeitraum von jeweils einem Semester unterstützt und durch konkrete Ergebnisse und Handlungsempfehlungen vorangetrieben wurde. Bislang durchlief das Projekt Schulengel/Spendenideen erfolgreich den Zyklus der im Bildungsmanagement anfallenden Tätigkeitsbereiche.

Die Kooperation zwischen dem Seminar „Managementfunktionen im Bildungssektor" an der TU-Berlin und dem Projekt spendenideen.de bringt Vorteile für beide Seiten: Spendenideen.de erhält Zugang zu den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen und kann gemeinsam mit dem Engagement der Studenten innovative Produkte umsetzen. Der Nutzen für die Hochschulen besteht vor allem in einem stärkeren Praxisbezug für die Studenten zur Steigerung der Berufsfähigkeit (Employability). Von dieser Win-Win-Situation könnten auch andere Organisationen profitieren.

Isabel Korch *hat Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation an der UDK in Berlin studiert und beschäftigt sich seit 15 Jahren mit dem Internet und seinen Entwicklungen. Seit 2008 leitet sie das Sozialunternehmen Schulengel.de und ist Gründerin von Spendenideen.de, um soziales Engagement in ganz Deutschland zu fördern. Der nachhaltige Austausch von Wissen und Erfahrung und die praxisnahe Umsetzung von Spendenaktionen stehen dabei im Vordergrund.*

Kerstin Adolf-Wright *erlangte ihren M.A. in Betriebswirtschaftslehre und Erziehungswissenschaft, forscht und lehrt nach Tätigkeiten in der Industrie seit 2011 an der TU Berlin am Institut für Erziehungswissenschaft. Eine ausgewogene Verbindung ökonomischer und pädagogischer Ziele ist dabei die zentrale Herausforderung ihrer Tätigkeiten. Die Forschungsschwerpunkte liegen in den Bereichen Bildungs- und Wissensmanagement, Betriebliche Weiterbildung und Organisationsentwicklung für Non-Profit- und Profit-Organisationen.*





IDEEN FÜR DIE SPENDER
VON HEUTE UND MORGEN.

EHRLICH. GEWINNEND. ÜBERRASCHEND. SCHNELL.

fundango
Fundraising ist mehr

NEUE WEBSITE:
WWW.FUNDANGO.DE

Fundraising-Kalender

SEPTEMBER

Der Social Media-Check
28.09., Bonn
▶ *www.verbaende.com*

DFRV-Regionalgruppentreffen Hamburg
28.09., Hamburg
▶ *www.fundraisingverband.de*

EU-Fördermittel: 10 Schritte zum Erfolg
28.09., Stuttgart
▶ *www.fundraisingakademie.de*

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

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

Steuerprobleme und -risiken der Gemeinnützigen
29.09., Berlin
▶ *www.verbaende.com*

Erfolgreich Spender und Sponsoren gewinnen – Die Starthilfe in Ihr professionelles Fundraising
29. & 30.09., Frankfurt am Main
▶ *www.fundraising-praxis-seminare.de*

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

DFRV-Regionalgruppentreffen Rhein-Main
30.09., Frankfurt am Main
▶ *www.fundraisingverband.de*

Verbandsmarketing neu gedacht
30.09., Berlin
▶ *www.verbaende.com*

RaiseNow Inspire!
30.09., Zürich
▶ *www.raisenow.com*

OKTOBER

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

Fördermittel für gemeinnützige Organisationen
01.10., Köln
▶ *www.kompakt.foerder-lotse.de*

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

Swissfoundations Stiftungsgespräch
01.10., Zürich
▶ *www.swissfoundations.ch*

DFRV-Regionalgruppentreffen Münster
01.10., Münster
▶ *www.fundraisingverband.de*

Stiftungsforum Kirche und Diakonie in Baden
01.10., Karlsruhe
▶ *www.ekiba.de*

Tagesworkshop – Spenderrecherchen in der Praxis
06.10., Frankfurt am Main
▶ *www.major-giving-institute.org*

Online-Fundraising
06.10., München
▶ *www.ibpro.de*

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

DFRV-Regionalgruppentreffen Berlin
07.10., Berlin
▶ *www.fundraisingverband.de*

Kapital-Kampagne
07.10., Berlin
▶ *www.fundraisingakademie.de*

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

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

Die Tücken des Protokolls sicher umschiffen: Wie Sie Ehrengäste und Spender stilsicher begrüßen, betreuen und platzieren
08.10., Stuttgart
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Botschaften souverän in den Medien kommunizieren – Medientraining für NPO
08.10., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

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

Fundraising TAG
Potsdam, 8. Oktober 2015
Informationen & Anmeldung
www.fundraisingtage.de

Steueroptimierung bei Vereinen
09.10., Wien
▶ *www.gemeinnuetzig.at*

Zertifikatslehrgang: Professionelles Freiwilligenmanagement in NPOs
12.10., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

Intensivseminar Zivilgesellschaft
12.10., Berlin
▶ *www.maecenata.eu*

22. Österreichischer Fundraising Kongress
12. & 13.10., Wien
▶ *www.fundraisingkongress.at*

Projekte in die Breite bringen
12. & 13.10., Berlin
▶ *www.stiftungsakademie.de*

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

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

Ihr Medien-Check: Mitarbeiter-, Vereins- oder Verbandszeitung – Wie Sie diese erfolgreich verbessern können
14.10., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

Praxis-Workshop: Soziallotterien als Fundraising-Instrument
14.10., Berlin
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Fachtagung Fundraising für Hochschulen, Wissenschaft & Forschung
14.10., Wien
▶ *www.fundraising.at*

Fundraising für Stiftungen – Strategieentwicklung
14. & 15.10., Berlin
▶ *www.stiftungsakademie.de*

Grants – Wie NPOs erfolgreich an „calls for proposals" teilnehmen
15.10., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

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

Mehr Wirkung durch Einsatz von Filmen (Videos) in der NPO-Kommunikation
15.10., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

1. Leipziger NPO-Forum
15.10., Leipzig
▶ *www.iq-steuer.de*

ENTERBRAIN Workshop 2015: Blick hinter die Kulissen einer Fundraising-Aktion
15.10., Hainburg
▶ *www.enterbrain.ag*

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

EU-Tender – Wie NPOs erfolgreich an EU-Ausschreibungen teilnehmen
16.10., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

Freiwilliges Engagement im Umweltschutz gezielt fördern
19.10., Recklinghausen
▶ *www.mitarbeit.de*

Finanzen und Controlling in NPOs
19.–24.10., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

Steuerrecht „kompakt" für Non-Profit-Organisationen - Aktuelle Änderungen im Gemeinnützigkeitsrecht
20.10., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

International Fundraising Congress
20.–23.10., Noordwijkerhout
▶ *www.resource-alliance.org*

Ready to create change?
#IFC2015
resource-alliance.org/ifc

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

ConSozial 2015
21.10., Nürnberg
▶ *www.consozial.de*

ConSozial 2015
www.consozial.de
Einzigartig vielfältig.

22. NPO-Kongress
21. & 22.10., Wien
▶ *www.controller-institut.at*

In fünf Schritten zum erfolgreichen Förderprojekt
21. & 22.10., Hannover
▶ *www.praxisseminar.foerder-lotse.de*

Kapital Kampagnen – Wenn es etwas mehr sein muss
22.10., Duisburg
▶ *www.fundraisingverband.de*

Erfolgreich Spender und Sponsoren gewinnen – Die Starthilfe in Ihr professionelles Fundraising
22. & 23.10., Freiburg
▶ *www.caritasakademie-freiburg.de*

1. Konferenz gemeinnütziger Dachverbände Österreichs
22. & 23.10., Wien
▶ *www.gemeinnuetzig.at*

Geldauflagenmarketing
23.10., Köln
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Social Innovation and Global Ethic Forum 2015
23.–25.10., Genf
▶ *www.sigef2015.com*

GESTALTUNG DER BESSEREN ZUKUNFT
SiGEF2015
Forum für soziale Innovation und globale Ethik
23.–25. Oktober
GENF
sigef2015.com

Spendenbriefe schreiben
27.10., München
▶ *www.ibpro.de*

Telefontraining für Fundraiser
27.10., Duisburg
▶ *www.fundamente.net*

Charity-Events – Fundraising und Eventmarketing für NPO
28.10., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

Master Class – Spendenmailing
29.10., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

7. KulturInvest-Kongress
29. & 30.10., Berlin
▶ *www.kulturmarken.de*

Hamburger Tage des Stiftungs- und Non-Profit-Rechts
30. & 31.10., Hamburg
▶ *www.hamburger-tage.net*

NOVEMBER

Controlling in NPOs
02.–07.11., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

Kultur braucht Freunde! – Auf- und Ausbau von Freundeskreisen für Kulturinstitutionen
03.11., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

eCampaigning Forum Europe
03.–06.11., Berlin / Casekow
▶ *http://europe.ecampaigningforum.com*

Haftungs- und Versicherungsrecht für NPO – Vielfältige Haftungsfälle im NPO-Alltag und wie diese vermieden werden können
04.11., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

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

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

Krisenkommunikation für Non-Profit-Organisationen
05.11., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

DFRV-Regionalgruppentreffen Kassel
05.11., Kassel
▶ *www.fundraisingverband.de*

Soziallotterien als Fundraising-Instrument
05.11., München
▶ *www.fundraisingakademie.de*

8. Brandenburger Stiftungstag
05.11., Potsdam
▶ *www.brandenburger-stiftungstag.de*

Die optimale Zusammenarbeit von Haupt- und Ehrenamt
05.11., Stuttgart
▶ *www.verbaende.com*

Schweizer Stiftungstag 2015
05.11., Zürich
▶ *www.profonds.org*

Organisationsentwicklung im Fundraising
06.11., Köln
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Projekte entwickeln – Von der Idee zur Umsetzung
06.11., Weimar
▶ *www.mittel-wege.de*

Weiterbildung Major Donor Fundraising
06.11., Winterthur
▶ *www.weiterbildung.zhaw.ch*

Buchführung für gemeinnützige Einrichtungen
07.11., Frankfurt am Main
▶ *www.bnve.de*

Fundraising „kompakt" – Modernes Fundraising in der Praxis
09. & 10.11., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

Bundestagung der Freiwilligen-agenturen, -börsen und -zentren 2015
09.–11.11., Bad Soden-Allendorf
▶ *www.mitarbeit.de*

Zertifikatslehrgang: Fundraising in NPOs
09.–13.11., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

Zertifizierte Weiterbildung: Referent/-in Hochschulfundraising
09.–13.11., Münster
▶ *www.weiterbildung.uni-muenster.de*

Westfälische Wilhelms-Universität Münster
Referent/-in Hochschulfundraising
Zertifizierte Weiterbildung in Kooperation mit der Fundraising Akademie
9.-13.11.2015 & 15.-19.2.2016
www.wwu-weiterbildung.de/hf
wissen leben WWU Münster
WWU Weiterbildung

EU-Fundraising kompakt
09.–13.11., Berlin
▶ *www.emcra.eu*

Fundraising kompakt für Kirchenmusik
10.11., Hannover
▶ *www.landeskirche-hannovers.de*

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

Die Tücken des Protokolls sicher umschiffen: Wie Sie Ehrengäste und Spender stilsicher begrüßen, betreuen und platzieren
11.11., Würzburg
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Der Verein – Aktuelle Rechts- & Steuerfragen
11.11., Wien
▶ *www.gemeinnuetzig.at*

Einführung in das Campaigning
12.11., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

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

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

DFRV-Regionalgruppentreffen Duisburg / Düsseldorf / Essen
12.11., Duisburg
▶ *www.fundraisingverband.de*

DFRV-Regionalgruppentreffen Würzburg
12.11., Würzburg
▶ *www.fundraisingverband.de*

Megatrend Crowdfunding – soziale Projekte und innovative Ideen finanzieren (lassen)
12.11., München
▶ *www.ibpro.de*

18. Bad Honnefer Fundraising-Forum
12.11., Bad Honnef
▶ *www.gfs.de*

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

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

3. Ökumenischer Fundraisingtag
14.11., Hamburg
▶ *www.oekft.de*

Grants – Wie NPOs erfolgreich an „calls for proposals" teilnehmen
16.11., Wien
▶ *www.npo-akademie.at*

Expertentreffen der Fachgruppe Kultur
16.11., Frankfurt am Main
▶ *www.fundraisingverband.de*

Kulturfundraising Fachtagung
16.11., Wien
▶ *www.fundraising.at*

Professionelle Kommunikation in NPOs
16.–19.11., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

Sponsoring- und Fundraising-Kampagne für Bibliotheken
17.11., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

Strategisches Fundraising
17.11., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

Erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit für NPOs
17.11., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

Steuer-Update für NPOs
17.11., München
▶ *www.solidaris.de*

Stakeholder-Kommunikation für NPOs
18.11., Köln
▶ *www.npo-akademie.de*

Fachkonferenz 2015 der Sozialwirtschaft Österreich
19.11., Wien
▶ *www.bags-kv.at*

9. Praxisforum gemeinnütziger Mittler
19.11., Frankfurt am Main
▶ *www.upj.de*

8. Forum Vereins- und Verbandsrecht Compliance-Richtlinien aufstellen und umsetzen
19. & 20.11., Berlin
▶ *www.verbaende.com*

Buchführung für gemeinnützige Einrichtungen
21.11., Essen
▶ *www.bnve.de*

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

Fortbildungsreihe: Qualifizierung ehrenamtlicher Flüchtlingsarbeit
21.11., Münster
▶ *www.franz-hitze-haus.de*

Fortbildungskurs: Referent/-in Online-Fundraising
23.11., Schmitten
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Großspenden und Erbschaften
24.11., München
▶ *www.ibpro.de*

DFRV-Regionalgruppentreffen Münster
24.11., Münster
▶ *www.fundraisingverband.de*

Einnahmen-Ausgaben-Rechner – Rechnungslegung und Steuerrecht „kompakt" für NPOs
24.11., Berlin
▶ *www.npo-akademie.de*

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

Fördermittel für gemeinnützige Organisationen
25.11., Frankfurt am Main
▶ *www.kompakt.foerder-lotse.de*

6. PLATOW StiftungsFORUM
25.11., Frankfurt am Main
▶ *www.platow.de*

Die kommunale Sponsoring-Richtlinie
25.11., Bochum
▶ *www.staathilfe.de*

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

Workshop Kapital-Kampagne
25.11., Frankfurt am Main
▶ *www.fundraisingakademie.de*

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

DFRV-Regionalgruppentreffen Stuttgart
26.11., Stuttgart
▶ *www.em-faktor.de*

Crowd Dialog 2015 – CrowdSourcing / CrowdFunding / CrowdInnovation für den Mittelstand
26.11., München
▶ *www.crowddialog.de*

Praxis-Workshop: Soziallotterien als Fundraising-Instrument
26.11., Wolfsburg
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Workshop: Stiftungsunternehmen
26. & 27.11., München
▶ *www.maecenata.eu*

Steuer-Update für NPOs
27.11., Berlin
▶ *www.solidaris.de*

DFRV-Regionalgruppentreffen Hamburg
30.11., Hamburg
▶ *www.fundraisingverband.de*

DFRV-Regionalgruppentreffen Potsdam / Brandenburg
30.11., Potsdam
▶ *www.fundraisingverband.de*

DEZEMBER

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

EU-Fördermittel: 10 Schritte zum Erfolg
04.12., Berlin
▶ *www.fundraisingakademie.de*

Basiswissen Stiftungen – rechtliche und steuerliche Besonderheiten
07.12., Freiburg
▶ *www.solidaris.de*

Praxis des Fundraisings
07.–09.12., Frankfurt am Main
▶ *www.pbhessen.de*

Deutscher Engagementpreis 2015
08.12., Berlin
▶ *www.deutscher-engagementpreis.de*

Kooperative Konzepte für Alumni, Career und Fundraising
10. & 11.12., Hamburg
▶ *www.alumni-clubs.net*

Ihr Termin fällt hier nicht auf?

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

Eine Kalender-Anzeige im Fundraising-Kalender (42 mm breit x 42 mm hoch) kostet nur 99,– €* (CHF 125,–)

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

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

* zuzüglich Mehrwertsteuer, gilt ausschließlich für Kalender-Anzeigen!

Soll ich oder

Über die Entscheidung für eine Weiterbildung im Fundraising –

Nach acht Jahren Werbeagentur-Trott hatte ich mich über meinen neuen NGO-Job total gefreut – so schwer konnte das ja mit dem Fundraising nicht sein. Schließlich hatte ich eine Ausbildung in einer guten Agentur genossen, ein Marketing-Abendstudium abgeschlossen und viel Erfahrung in der Verkaufsförderung. Trotzdem kamen dann schnell Zweifel, denn vom Dritten Sektor hatte ich so gar keine Ahnung. Schnell war eine kleine Weiterbildung gegoogelt, Fundraising-Regionalreferent an der Fundraising-Akademie, das klang gut, Preis war ganz ok, Zeitaufwand auch, gebucht.

Insbesondere hatte ich gehofft, theoretisches Wissen über die Mechanismen im Fundraising zu erlernen. Was geht in so einem Spender eigentlich vor? Wie überzeuge ich jemanden, Geld zu geben für ein unsichtbares Gut, ohne physische Gegenleistung? Bei Tütensuppen, Versicherungen oder Autos war das immer irgendwie leichter mit dem Kundennutzen und der Nutzen-Begründung.

Die Fortbildung ging also los in Bad Honnef, der neue Job hatte zeitgleich auch erst angefangen, alles auf Start. Ich freute mich auf Input und war gespannt. Leider wurde ich aber schnell gebremst, denn wir starteten mit flachem Marketing-Basiswissen und sind selten von diesem Niveau abgekommen. Ich fühlte mich inhaltlich fehl am Platz. Der Kurs war sehr durchmischt, Geschäftsführer kleiner Organisationen ohne jegliches Marketing-Wissen, Quereinsteiger und spezialisierte Experten großer internationaler NGOs – schwierig, so eine heterogene Gruppe mit all ihren Bedürfnissen zu bedienen.

> „Insbesondere hatte ich gehofft, theoretisches Wissen über die Mechanismen im Fundraising zu erlerne. Was geht in so einem Spender eigentlich vor?“

Ich hätte mir auch eine bessere Qualitätssicherung seitens der Akademie gewünscht. Die Qualität der Dozenten war sehr unterschiedlich, gute Praktiker, aber auch Dozenten aus dem Dienstleistungsbereich, die den Unterricht leider eher als Verkaufsveranstaltung sahen.

Spannend war die Teamarbeit am Ende der Weiterbildung. Eine Fundraising-Kampagne wurde von Anfang bis Ende geplant und präsentiert – von der kreativen Idee bis zur Auswertung. Hier konnte man in der Praxis üben, was zuvor an Wissen vermittelt wurde. Die Teamarbeit hat viel Spaß gemacht und mir geholfen, mich auf meine neue Aufgabe vorzubereiten.

Zurückblickend möchte ich die Zeit nicht missen. Auch wenn ich inhaltlich mehr fachlichen Input und theoretisches Wissen gebraucht hätte, hat es mir den Einstieg in den gemeinnützigen Bereich erleichtert. Ich habe interessante Menschen aus sozialen Organisationen kennengelernt, die für ihren Job und die Menschen, denen sie helfen, brennen – das hat mich nachdrücklich beeindruckt. Ich freue mich heute immer noch, wenn ich meine Ex-Kommilitonen auf Veranstaltungen wie dem Kongress wieder treffe und von ihrem beruflichen Werdegang höre.

Für erfahrene Kolleginnen und Kollegen aus dem Fundraising, die mit dem Gedanken einer Weiterbildung spielen, würde ich immer eine spezialisierte Marketing-Weiterbildung aus der Wirtschaft empfehlen. Die Transfer-Leistung hin zum Fundraising können erfahrene Kräfte schnell erbringen und ein Blick über den Tellerrand hat ja bekanntlich noch nie geschadet. Für die Zukunft würde ich mir wünschen, dass die Weiterbildungsanbieter auf diese Bedürfnisse eingehen und Fundraising-Fortbildungen für Marketing-Fachkräfte anbieten.

Bianka Kurz *arbeitet bei der Christoffel-Blindenmission Deutschland e. V. als Fundraiserin mit dem Schwerpunkt Online-Marketing. Zuvor war sie Referentin für Fundraising bei World Vision Deutschland e. V. und Account-Managerin bei der Publicis Werbeagentur GmbH, wo sie Kunden wie Maggi und Zurich Versicherung betreute. Die ausgebildete Werbekauffrau hat ein Abendstudium an der Marketing-Akademie in Frankfurt am Main absolviert und ist seit 2010 im Fundraising tätig.*
▶ *www.cbm.de*

soll ich nicht?

Wir stellen zwei ganz persönliche Erfahrungsberichte vor.

Zehnmal bin ich für die Präsenzphasen nach Winterthur gereist – wenn ich mit dem Zug unterwegs war, dann kam recht bald der Schweizer Angestellte und bot Snacks und Getränke charmant in Schwiizerdütsch an. Da musste ich immer schmunzeln. Die Verniedlichungen sind einfach nett. Meist habe ich im Zug noch Literatur zur Vorbereitung gelesen oder den Stoff von der letzten Präsenzphase wiederholt. Denn die zehn Monate mit den monatlichen Terminen in der Schweiz ließen mir nicht viel Luft und haben Zeit und Kraft gekostet.

Aber genau der zeitliche Rahmen war ein wesentlicher Grund, warum mein Arbeitgeber und ich uns für diese Weiterbildung entschieden hatten. Sicher, zehn Monate mit Präsenzphasen zuzüglich Reisezeiten, zwei schriftlichen Prüfungen und zwei arbeitsintensiven Gruppenarbeiten waren eine klare Ansage. Dazu sollte natürlich das normale Fundraising-Geschäft laufen. Eine inhaltlich und preislich vergleichbare Ausbildung war der Fundraising Manager an der Fundraising Akademie. Diese Weiterbildung zieht sich jedoch bei vergleichbarer Anzahl an Präsenztagen über zwei Jahre, und das schien mir eine zu lange Zeit. Lieber kurz und schmerzlos in der Schweiz, dachte ich mir. Rückblickend gesehen bin ich mit der Wahl zufrieden. Die zwei Semester waren eine Herausforderung, aber mit gründlicher Planung und Unterstützung durch den Arbeitgeber habe ich sie gut überstanden. Der letzte Leistungsnachweis ist die Diplomarbeit, hier habe ich als Thema Spenderbindung und -upgrading gewählt – es hat direkt mit meinem Aufgabengebiet zu tun und so kann ich es optimal einbetten.

Sicher hat meine bisherige Erfahrung im Fundraising mir einiges erleichtert. Aber die Leistungsnachweise sind zu erbringen, und da hat mich dann auch der Ehrgeiz gepackt, sodass sich viele Wochenenden halbierten, weil ich mich hingesetzt und gelernt habe.

Meine Kommilitonen waren gemischt; fast alle arbeiteten bereits als Fundraiser oder verfügten über umfassende Marketing- oder Werbeexpertise. Eine Kollegin hatte bisher auf der Projektebene gearbeitet und war nun in den Bereich Fundraising gewechselt, ein anderer verantwortete den Bereich Fundraising als Mitglied der Geschäftsleitung, wollte seine Kenntnisse systematisieren und suchte den Austausch.

> „Neben der fachlichen Weiterentwicklung habe ich durch den intensiven Austausch mit den Kommilitonen viel Neues gelernt – das steht in keinem Lehrbuch."

Gut wäre es gewesen, wenn das Niveau des Unterrichts öfter an die fortgeschrittenen Ansprüche der Teilnehmer angepasst worden wäre. Aber das ist einfach der Spagat einer Weiterbildung, die sich sowohl an Einsteiger als auch an Fortgeschrittene richtet.

Was mir die Weiterbildung gebracht hat? Zum einen gute Kontakte auch über Deutschland hinaus, denn Referenten und Weiterbildungswillige kommen und arbeiten nicht nur in Deutschland, Österreich und der Schweiz, sondern auch in den USA und UK. Das hat mir gefallen, auch wenn ich mir noch mehr den Blick über den Tellerrand gewünscht hätte. Zum anderen konnte ich Themen wissenschaftlich vertiefen, die mir bisher in der Praxis nur am Rand über den Weg gelaufen sind wie Sponsoring und Hochschulfundraising.

Gerade im Fundraising – einer noch jungen Branche – ist es meiner Meinung nach vorteilhaft, einen fachlichen Abschluss vorzuweisen. Aber das wird mir auch mein weiterer beruflicher Weg zeigen. Mein Tipp: Die Schweiz genießen! Hinsichtlich der Weiterbildung: Gründlich planen ist die halbe Miete und dann Zähne zusammenbeißen. Die Gruppenarbeit war für mich eine Herausforderung: Alle sind berufstätig und jonglieren mit den Bällen – wenn also einer zum Beispiel krankheitsbedingt ausfällt, dann ist das eine zusätzliche Belastung für den Rest der Gruppe. Persönlich hat es mir auch Grenzen gezeigt. Neben der fachlichen Weiterentwicklung habe ich durch den intensiven Austausch mit den Kommilitonen viel Neues gelernt – das steht auch in keinem Lehrbuch. Es war für mich eine intensive Zeit, die ich nicht missen möchte.

Silvia Heinrich *ist seit 2013 Referentin für Fundraising des Bayerischen Blinden- und Sehbehindertenbundes e. V. (BBSB) mit den Schwerpunkten Direktmarketing und Stiftungsmittelakquise. Zuvor war sie als Social-Fundraising-Beraterin bei Altruja GmbH sowie Beraterin bei GFS Fundraising Solutions GmbH tätig. Sie studierte in München Amerikanistik, Politik und Rechtswissenschaften.*
▶ *www.bbsb.org*

Wer schreibt, bleibt – erfolgreich!

Mitte November wird in Bad Honnef jedwede Form des Mailings ganz groß geschrieben. Anlässlich des 18. Bad Honnefer Fundraising-Forums erfahren die Teilnehmer, wie lebendig der Spendenbrief nach wie vor ist.

In Zeiten von E-Mail, SMS, WhatsApp und immer schneller und kurzlebiger werdenden Kommunikationsformen in digitalen Kanälen dürfte sich die Bedeutung des klassischen Mailings in Zukunft erst recht halten, da hier ein Bedeutungswandel vom Alltäglichen zum Besonderen stattgefunden hat. Ein schlichter Brief ist mittlerweile zu einem aufmerksamkeitsstarken Medium geworden. Deshalb sind einige der Themenschwerpunkte Aktuelles aus der Direktmarketingforschung, das Schweizer Direct Mail Panel, Give-Aways und Storytelling. Unter den Referenten sind ausgewiesene Experten der Branche zu finden: Neben Michael Urselmann und Udo Marquardt (GFS Fundraising) werden Tom Neukirchen (Fundgiver) und Roger Tinner vom Schweizer Fundraising Verband erwartet. Für den nötigen Gedanken- und Erfahrungsaustausch sorgen zwei Table-Sessions und ein anschließendes Get together.

Das diesjährige Forum wartet aber mit noch einer weiteren Besonderheit auf. Wer im Vorfeld an einer Studie zum Thema Mailing teilnimmt, kann eins von sechs Freitickets für die Veranstaltung gewinnen. Bei Anmeldung bis zum 8. Oktober 2015 lockt ein Early-Bird-Tarif.

18. Bad Honnefer Fundraising-Forum
am 12. November in Bad Honnef
▶ www.gfs.de/events/forum2015

Fundraising für Hochschulen

Vor dem Hintergrund knapper Mittel sind immer mehr Hochschulen darauf angewiesen, weitere Finanzierungsquellen zu erschließen. Die Westfälische Wilhelms-Universität Münster bietet deshalb in Kooperation mit der Fundraising Akademie erstmalig die Weiterbildung „Referent für Hochschulfundraising" an. Die Teilnehmer erhalten dabei einen Überblick über die zentralen Grundlagen des Hochschulfundraisings. Die Analyse potenzieller Zielgruppen, die Auswahl von Fundraising-Instrumenten, die Ansprache der Mittelgeber sowie deren Bindung und Betreuung stehen dabei im Fokus. Auch Großspenden, VIP-Events und Philanthropie werden im Rahmen des Lehrgangs umfassend behandelt. Außerdem lernen die Teilnehmer eigene Fundraising-Kampagnen strategisch zu planen und umzusetzen. Das Angebot richtet sich sowohl an Mitarbeiter in Hochschul- und Wissenschaftseinrichtungen als auch in Organisationen, die sich im Bereich Hochschulfundraising spezialisieren möchten.

Weiterbildung „Referent/-in für Hochschulfundraising", 9. bis 13. November 2015 in Münster und 15. bis 19. Februar 2016 in Frankfurt
▶ www.wwu-weiterbildung.de/hochschulfundraising

Kurzinfos +++ Kurzinfos +++

Jahrestagung der Freiwilligen

„Wir können auch anders!" ist ein Motto, das man nicht alle Tage hört. Die Jahrestagung der Freiwilligenagenturen, -börsen und -zentren wird vom 9. bis 11. November genau diese nicht ernst gemeinte Drohung nutzen, um Erfahrungen in Lernprozessen unterschiedlicher Organisationen in Bad Sooden-Allendorf auszutauschen. Angeboten werden dabei unterschiedliche Formate wie thematische Werkstätten, Salongespräche zur Zivilgesellschaft und die Rolle der Freiwilligenagenturen in anderen Ländern sowie ein Erfahrungsaustausch zu Ansätzen und Projekten in Freiwilligenagenturen.

▶ *www.mitarbeit.de/veranstaltungen.html*

Praxis des Fundraisings

An der Uni Frankfurt gibt es die Gelegenheit, die ersten Schritte im Fundraising vermittelt zu bekommen. Ab 7. Dezember werden innerhalb von drei Tagen erste konzeptionelle Ansätze erarbeitet, um ein individuelles Fundraising-Projekt zu gestalten. Neben der Definition und korrekten Ansprache der eigenen Zielgruppe und Tipps für erfolgreiche Spenderbindung wird den Teilnehmern auch eine Betreuung über den Kurs hinaus angeboten. Anmeldeschluss ist der 11. November.

▶ *www.uni-frankfurt.de*

Schweizer Stiftungstag 2015

Am 5. November lädt proFonds, der Dachverband der gemeinnützigen Stiftungen in der Schweiz, zum Schweizer Stiftungstag 2015 nach Zürich. Motto der Tagung: „Anders denken, anders handeln: Trends und Entwicklungen bei Stiftungen und NPO". Aktuelle Trends aus Deutschland, Österreich und Liechtenstein bieten dabei neue Perspektiven für Stiftungen und Verbände. Zudem informiert proFonds über Neuerungen im Stiftungs- und Gemeinnützigkeitsrecht der Schweiz.

▶ *www.profonds.org*

DFRV-Regionalgruppentreffen München

Das nächste Münchner Regionalgruppentreffen des Deutschen Fundraising Verbandes steht ganz im Zeichen des Crowdfundings. Am 12. November wird Matthias Daberstiel, Mitherausgeber des Fundraiser-Magazins, das Thema Crowdfunding beleuchten und auf die größten Stolpersteine in diesem Bereich hinweisen. Denn: Schwarmfinanzierung klingt toll, ist aber harte Arbeit. Wie immer stecken die Tücken im Detail. Viele Kampagnen scheitern an fehlender Vorbereitung, Idee oder am falschen Projekt.

▶ *www.fundraisingverband.de*

Kulturfundraising

Der Fundraising Verband Austria richtet am 16. November in Wien erstmalig eine Fachtagung zum Thema Kulturfundraising und -sponsoring aus. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf einer fundierten Nachhaltigkeit von Fundraisingaktivitäten. Ebenso erörtert wird die Frage nach den Perspektiven, die die derzeit diskutierte Erweiterung der Spendenabsetzbarkeit auf Kultur bieten könnte. Die vorgestellten Positionen werden vielfältig sein: Die Tagung erwartet Experten aus Österreich, Deutschland, den Niederlanden und England.

▶ *http://kultur.fundraising.at*

Betreuung von Ehrengästen

Wir alle wissen: Beim Dank den richtigen Ton zu treffen, ist entscheidend für den weiteren Verlauf einer Spenderbeziehung. Wer hier ins Fettnäpfchen tritt, ist seine Unterstützer schnell los. Deshalb bietet die Fundraising Akademie ein besonderes Tagesseminar. Unter dem Motto „Wie Sie Ehrengäste und Spender stilsicher begrüßen, betreuen und platzieren" lernen die Teilnehmer am 8. November in Stuttgart und am 11. November in Würzburg den souveränen Umgang besonders mit wichtigen Spendern bei offiziellen Veranstaltungen.

▶ *www.fundraisingakademie.de*

„Die Möglichkeiten und Grenzen von Sponsoring und digitales Storytelling als Strategieinstrument." Oder doch lieber „Dauerhafte Spenderbeziehungen im Telefonfundraising", einen „Wegweiser zum richtigen Stiftungsmittelantrag" und „Erfolgreiche Ansprache von Großspendern"? Diese und weitere Themen bilden das Spektrum des diesjährigen Fundraisingtages Berlin · Brandenburg. Anmeldungen sind auch noch am Veranstaltungstag an der Universität Potsdam möglich.

Fundraisingtag Berlin-Brandenburg, 8. Oktober in Potsdam

▶ *www.fundraisingtage.de*

Save the Date! Digitale Transformation in der Arbeit gemeinnütziger Einrichtungen und Organisationen und die damit verbundenen Herausforderungen sind der Kern des Non-Profit Camps im Januar kommenden Jahres. Networking, Wissenstransfer, Erfahrungsaustausch – all das soll das Barcamp-Prinzip unterstützen: Jeder ist willkommen! Geplant ist auch ein Keynote-Speaker. Wer das sein wird, wollen die Veranstalter im November bekannt geben.

2. Non-Profit Camp, 23. Januar 2016 in Aachen
▶ *www.non-profit-camp.de*

Alles neu?

Die Reform des Stiftungsrechts, Anpassungen im Umsatzsteuerrecht und mehr Transparenz. Das sind die großen Themenblöcke der nächsten Ausgabe der Hamburger Tage des Stiftungs- und Non-Profit-Rechts an der Bucerius Law School. Bei so viel Veränderung ist die selbst gestellte Frage berechtigt: Alles neu?

Aktuelle Tendenzen stehen auch in Sachen struktureller Aufbau von gemeinnützigen Organisationen auf dem Programm: Die Modelle Share Economy, Bürger-AG und Sozialgenossenschaft werden auf ihre Eignung zur Alternativstruktur hin abgeklopft. Das gemeinsame Abendessen am Ende des ersten Tages bietet nicht nur die Gelegenheit zum Austausch sondern ist wie üblich auch der Zeitpunkt der Verleihung des mit 5 000 Euro dotierten W. Rainer Walz Preises für bedeutende Forschungsergebnisse des Non-Profit-Rechts.

15. Hamburger Tage des Stiftungs- und Non-Profit-Rechts, 30. und 31. Oktober in Hamburg
▶ *www.hamburger-tage.net*

Mut zur Veränderung

Gelingt es Ihnen mühelos, den Wirkungsgrad Ihrer Organisation zu halten oder gar zu steigern? Tatsächlich? Dann brauchen Sie an dieser Stelle nicht weiterzulesen. Allen anderen, die in ihrer täglichen Arbeit wirtschaftlichen oder strategischen Herausforderungen begegnen, sei die Management-Tagung im Oktober in Leipzig empfohlen. Impulsreferate und Workshops wollen Strategieentwicklungen fördern und Mut zu Veränderungen im Organisationsaufbau machen. Inspiration bietet unter anderen Domenico Semeraro. Der Schweizer ist ehemaliger Weltmeister im Viererbob und heute als Vermögensverwalter für Stiftungen tätig. Von Veränderungen kann er also zweifelsfrei berichten. Auch die Seminare sind nicht ohne Reiz: Da werden Pendelordner in Rente geschickt und der Lichtschalter zum Badezimmer befindet sich nach dem Umzug nicht mehr an ehedem vertrauter Stelle. Und immer dran denken: Veränderungen sind in erster Linie Chancen.

1. Leipziger NPO-Forum, 15. Oktober in Leipzig
▶ *www.iq-steuer.de/start-seminare*

Notfallmailing

Von A wie Adressen bis V wie Versand stellt die Enterbrain Software AG in ihrem diesjährigen Fundraising-Workshop in Hainburg alle erdenklichen wie nötigen Aspekte für eine Fundraising-Aktion zum Thema Notfallmailing vor. Die Fundraising-Akademie ist als Bildungspartner mit von der Partie. So wird Dr. Thomas Kreuzer unter anderem die theoretischen Grundlagen für die Erstellung eines Notfallmailings erläutern. Über Konzeption, Gestaltung und Druck arbeitet sich der Workshop durch alle Arbeitsschritte, inklusive einer entsprechenden Erfolgsanalyse des Mailings.

Wer sich eher für Einzelaspekte innerhalb dieses umfangreichen Prozesses interessiert, kann alternativ parallel laufende Praxis-Workshops in Form von Round Tables besuchen. Datenschutz, Adressveredelung und Mobile Apps sind dabei nur einige der Themen. Und das Beste: Die Teilnahme ist kostenlos!

Enterbrain-Workshop 2015, 15. Oktober in Hainburg
▶ *www.enterbrain.ag*

Perspektiven der Kulturfinanzierung

Nicht nur im Sport hat die Finanzierungsform des Sponsorings besonderen Stellenwert, auch im Bereich Kunst und Kultur sind derartige Kooperationen gang und gäbe. Deshalb bildet Sponsoring auch beim diesjährigen KulturInvest Kongress Ende Oktober eins der wichtigen Themenfelder. Nach einem ersten Fundraising-Beitrag im vergangenen Jahr findet auch dieser Aspekt wiederholt Beachtung, allerdings unter dem besonderen Themenfeld des Personalmanagements. Becky Ann Gilbert (Foto), Vize-Präsidentin der European Fundraising Association und Gründerin der Fachgruppe Kultur des Deutschen Fundraising Verbandes, erläutert in diesem Zusammenhang, wie den personellen Engpässen bei der Suche nach erfolgreichen Fundraisern begegnet werden kann und worauf diese bei der Auswahl potenzieller Arbeitgeber in der Regel Wert legen.

Ein weiteres Themenfeld bilden Erwägungen in Sachen Nachhaltigkeit, die hier zum einen ökologisch verstanden wird, zum anderen aber natürlich nachhaltige Wirkung in der Bildung Kulturbeflissener bedeutet. Innovationspotenziale auf diesem Gebiet zeigt beispielsweise Jacob Bilabel, Gründer der Green Music Initiative. Einer der Themenpartner ist der Bundesverband Deutscher Stiftungen. In diesem Bereich berichten vier Panels über die Stiftungslandschaft im Bereich der Kultur und welche Finanzierungsmöglichkeiten hier bestehen. Höhepunkt des Kongresses ist wie immer die Verleihung der Kulturmarken-Awards am Abend des ersten Kongresstages.

KulturInvest Kongress 2015, 29. und 30. Oktober in Berlin.
▸ *www.kulturinvest.de*

Unternehmerische Verantwortung als Beruf

In Kooperation mit
FundConsult

berufsbegleitend,
kompakt und
praxisorientiert

Ausbildung „CSR-Manager/-in (FA)“

Wir informieren Sie gerne unter (069) 580 98 - 321, oder
senden Sie eine Mail an: pbuschkaemper@fundraisingakademie.de

fundraising akademie

www.fundraisingakademie.de

Crowdfunding, Crowdsourcing und Crowdinnovation: Der diesjährige Crowd Dialog spricht in seiner Ankündigung wiederholt von der Zukunft und zukünftigen Finanzierungs- wie auch Arbeitsmodellen. Dabei steht es außer Frage, dass schwarmbasierte Finanzierungsalternativen längst in der Gegenwart angekommen sind. Trotzdem gibt es natürlich stetige Entwicklungen und Veränderungen. Und die wollen erkannt sein. Auf der Praxis- und Wissenskonferenz werden dieses Mal vor allem die Branchen Banking, Immobilien, Smart Cities / Smart Citizen, Gesundheit, Tourismus und Social Impact/Umwelt diskutiert.

Crowd Dialog, 26. November in München
▶ *www.crowddialog.de*

Weiterbildung Großspenden

Mit dem Fokus Privatspender, Stiftungen und Erbschaften bietet die ZHAW ab November einen neuen Weiterbildungskurs im Major Donor Fundraising an. Bei vier Präsenzterminen werden nicht nur die nötigen Grundlagen für diesen Bereich vermittelt. Teil des Kurses ist auch eine Abendveranstaltung, bei der Umgangsformen und Stil geübt werden sowie ein individuelles Coachinggespräch. Neben Lehrgesprächen, Referaten, Übungen und Fallstudien erfahren die Teilnehmer eine kontinuierliche Auseinandersetzung mit den Kernfragen der Berufs- und Laufbahnberatung. Die Teilnehmerzahl ist beschränkt.

Weiterbildungskurs Major Donor Fundraising,
6. bis 9. November an der ZHAW in Winterthur
▶ *www.zhaw.ch/de/weiterbildung*

Vertrauen schenken

Der Ökumenische Fundraisingtag lädt wieder nach Hamburg. Die Veranstalter möchten mit ihren Angeboten den Kreis der Interessenten erweitern und bieten in diesem Jahr erstmals zwei Masterclasses für Fortgeschrittene an. Dennoch bleibt die Veranstaltung in ihren Grundzügen ein Format für Einsteiger im Raum der Kirchen, die sich auf dem Gebiet des Fundraisings grundlegend orientieren wollen. Dazu dient ein ganztägiger Workshop, der sich in der Tiefe der Komplexität des Fundraisings widmet. Daneben ist der Besuch von Seminaren möglich, die sich Themen wie Anlassspenden oder Fördervereinen widmen.

Die Masterclasses werden zum einen ein komplexes Fundraising-Beispielprojekt skizzieren, das in all seinen Details analysiert werden wird. Zum anderen steht Gesprächstraining für authentische Überzeugungsarbeit auf dem Programm. Unter dem Motto „Spender vertrauen – Vertrauen Spenden. Die Haltung zählt." wird der Fundraisingtag mit einem Gespräch eröffnet, das sich den Voraussetzungen und Potenzialen von Vertrauen zwischen Spendern und Organisationen widmet.

3. ökumenischer Fundraisingtag,
14. November in Hamburg
▶ *www.oekft.de*

UNI FR

VMI
Kompetent in Nonprofit-Management
Verbandsmanagement Institut (VMI)
Universität Freiburg/CH

Zertifikats-Lehrgang (CAS) in Fundraising

Daten
Modul I: 13.3.-18.3.2016
Modul II: 28.8.-2.9.2016
in Schwarzsee/CH

Werden Sie Fundraising-Spezialist! In der fundierten Ausbildung „Fundraising in NPO" lernen Sie Instumente und Methoden kennen, mit denen sich die Einnahmen Ihrer Organisation merklich erhöhen.

Erfahren Sie mehr unter
www.vmi.ch/fundraising

Neue Wege, anderes Denken

„Die ökonomische Bedeutung der Gemeinnützigkeit in Österreich“ ist der Titel einer Studie von Univ.-Prof. Dr. Gottfried Haber, in der erstmals die Wirtschaftlichkeit des Dritten Sektors in Österreich in Zahlen und Fakten benannt wird. Anlässlich des diesjährigen Österreichischen Fundraising Kongresses stellt Haber die Ergebnisse der Studie im Rahmen einer Keynote vor, die den Auftakt der zweitägigen Veranstaltung bildet.

Die aus der Studie ablesbare Steigerung der Bedeutung des Dritten Sektors liegt nicht zuletzt in der zunehmenden Professionalisierung dieses Bereiches. Eine der Kernstärken findet sich dabei zweifelsfrei in der Vernetzung von Akteuren und Organisationen, die wesentlich zum Erfolg von Projekten beitragen. Heutzutage findet

Vernetzung aber auch in großen Teilen online statt. Wie genau die unterschiedlichen Kanäle hierbei miteinander verbunden, erfolgreich genutzt und ausgebaut werden können, zeigt Dr. Harald Katzmair, Gründer und Geschäftsführer der FAS-Research Sozialwissenschaftliche Forschungsgesellschaft mbH.

Beide Referenten sind im Anschluss Teilnehmer einer Diskussion über die Rahmenbedingungen, die NPOs für ein gesundes Wachstum benötigen. Der Aspekt des Wachstums zieht sich auch weiter durch das Programm der beiden Kongresstage. So fragt eine Podiumsdiskussion am zweiten Tag nach dem Fundraising als Wachstumsmotor im Allgemeinen. Die gewohnt hohe Zahl an (Table-)Sessions deckt wie immer gefühlt das gesamte Themenspektrum inklusive internationaler Perspektiven ab. Und die Verleihung der Fundraising Awards 2015 ehrt wieder besondere Leistungen auf dem Gebiet des Fundraisings.

22. Österreichischer Fundraising Kongress, 12. und 13. Oktober in Wien
► *www.fundraisingkongress.at*

Zukunft selbst gestalten

Das spektakuläre Gebäude des Bâtiment des Forces Motrices in Genf, ein ehemaliges Wasserkraftwerk, ist Ende Oktober Austragungsort der SIGEF 2015. Das Social Innovation and Global Ethics Forum bringt NPOs, Sozialunternehmer und alle Interessierten an einen Tisch, um in einer lebendigen Mischung aus Plenarsessions, kulturellen Veranstaltungen und der Möglichkeit zur Vernetzung aktuelle Herausforderungen auf dem Gebiet sozialer Innovationen zu diskutieren. Die Themenpalette reicht dabei von geschlechtlicher Gleichberechtigung über Unternehmensethik bis hin zur Frage nach dem Zugang zu Wasser und Bildung für alle. Erwartet werden zu der dreitätigen Veranstaltung 50 internationale Referenten, 100 Organisationen und 50 sozial innovative Projekte.

SIGEF 2015, 23. bis 25. Oktober in Genf
► *www.sigef2015.com*

NPO akademie

Sehr geehrte Fundraiserin,
sehr geehrter Fundraiser,

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

Dann besuchen Sie unseren **Zertifikatslehrgang „Fundraising in NPOs“** oder eines unserer **17 Fundraising-Spezialseminare**!

Wollen Sie **Ihre Kompetenzen** in anderen Bereichen, die die Besonderheiten von Non-Profit-Organisationen berücksichtigen, wie zum Beispiel **Öffentlichkeitsarbeit/ Kommunikation**, **Finanzen & Controlling**, **Marketing und Personalwesen**, ausbauen?

Dann schauen Sie auf **www.npo-akademie.de**!
Hier finden Sie garantiert das Richtige.

Wir freuen uns auf Sie.

Teilnehmerstimme zu unseren Fortbildungen:
„Der Lehrgang hat meine bereits hohen Erwartungen – Empfehlung eines ehemaligen Teilnehmers – noch übertroffen. Danke daher für die spannenden Tage in Berlin.“

Beim Stichwort „vorlesen" denken wir zuerst an die liebevolle Mutter, die ihren Kindern eine Geschichte vorträgt. Und tatsächlich ist diese Assoziation nicht ganz falsch. Meist sind es die Mütter, die ihren Kindern etwas vorlesen. Den Vätern fehlt oft die Zeit oder sie sind ganz einfach unsicher, was der Nachwuchs überhaupt hören will. Das will die Stiftung Lesen ändern und startete in Sachsen das Projekt „Mein Papa liest vor!" (Foto). Mitmachen können Unternehmen jeder Größe. Über das firmeneigene Intranet erhalten die Mitarbeiter jede Woche eine Geschichte, die sie herunterladen und zu Hause ihren Kindern vorlesen können. „Mein Papa liest vor!" gibt es schon in Hessen, Niedersachsen, Rheinland-Pfalz, Nordrhein-Westfalen, Hamburg, Berlin und Bayern, weitere Bundesländer sollen folgen.

▶ *www.stiftunglesen.de*

Suchen mit Methode

Vor gut einem Jahr ging die Stiftungsplattform StiftungSchweiz.ch online; nun hat sie ihren Service weiter ausgebaut. User können ab sofort nicht mehr nur nach Stichworten suchen, sondern auch nach Kategorien. Dabei macht sich die Website das NonproCons Kategorisierungssystem klassischer Stiftungen (NKS) zunutze, in dem alle rund 13 000 gemeinnützigen Stiftungen der Schweiz nach einheitlichen Kriterien gelistet sind. Das System hat ein Team um Dr. Peter Buss, Geschäftsführer der Firma NonproCons AG und Initiator von StiftungSchweiz.ch, entwickelt. Die Einordnung einer Stiftung in eine bestimmte Kategorie richtet sich nach dem publizierten Stiftungszweck, wobei jede Stiftung auch selbst eine andere Einordnung vorschlagen und ihr Profil kostenlos verwalten kann. Wer die Plattform häufiger nutzt, kann auch ein Abonnement abschließen, das kostenpflichtig und auf bestimmte Nutzergruppen zugeschnitten ist.

▶ *www.stiftungschweiz.ch*

Gekommen um zu bleiben

Das Thema Flüchtlinge ist nicht erst seit Lampedusa und Heidenau aktueller denn je. Damit Menschen, die in Deutschland eine neue Heimat suchen, nicht einfach nur im Land ankommen, sondern in der Bundesrepublik auch Fuß fassen und sich schnell in die Gesellschaft integrieren können, hat die KfW Stiftung zusammen mit der Social Impact gGmbH im August die bundesweite Initiative „ANKOMMER. Perspektive Deutschland" gegründet. Unter der Schirmherrschaft von Bundeswirtschaftsminister Sigmar Gabriel wendet sich das Stipendienprogramm an Gründer und Initiativen, die Lösungsvorschläge haben, wie man Flüchtlingen den Berufseinstieg in Deutschland erleichtern kann. Am Ende werden zwölf Teilnehmer ausgewählt, die für acht Monate ihr Konzept zusammen mit Partnern aus der Wirtschaft und dem Dritten Sektor weiterentwickeln können. Dafür erhalten sie Leistungen im Gegenwert von 12.500 Euro, wie Coaching, Fachberatungen, Workshops und einen Co-Working Arbeitsplatz in den Labs der Social Impact gGmbH. Die Bewerbungsfrist läuft noch bis zum 11. Oktober.

▶ *www.ankommer.eu*

— Advertorial

Aktuell: Stiftung und Sponsoring

„Stiftung & Sponsoring", das Magazin für Nonprofit-Management und -Marketing, berichtet in seiner neuesten Ausgabe über das soziale Engagement von Unternehmen und legt seinen Schwerpunkt auf die Frage, wie diese sich auf verschiedene Weise für soziale Belange einsetzen und wo es Schnittmengen mit der Arbeit von NPOs gibt. Im Gespräch erklärt Sozialunternehmerin Juliane Kronen ihre Idee zur Gründung und Umsetzung eines gemeinnützigen Start-ups. Autorin Christina Heine berichtet über den diesjährigen Deutschen Engagementpreis. Auf den Roten Seiten dreht sich alles um „Service Learning". Die Autoren erläutern die Entwicklung in Deutschland, die Verankerung im Schulunterricht sowie praxiserprobte Qualitätsstandards, Potenziale, Erwartungen und Perspektiven.

▶ *www.stiftung-sponsoring.de*

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

Jährliches Treffen der Brandenburger Stiftungen

Am 5. November treffen sich Vertreter der mittlerweile 237 rechtsfähigen Stiftungen in Brandenburg zum „8. Brandenburger Stiftungstag". Ab 9.30 Uhr öffnet dafür die Staatskanzlei in Potsdam ihre Türen. Sinn und Zweck des Treffens sind Vernetzung, Begegnung und Austausch. Der Tag ist außerdem eine gute Gelegenheit für Stiftungen, sich zu präsentieren und mit Sponsoren, Politikern oder Ehrenamtlichen ins Gespräch zu kommen. Besonders begrüßt und vorgestellt werden die Neustifter des letzten Jahres.

▶ *www.brandenburger-stiftungstag.de*

VolkswagenStiftung stellt Fördergelder bereit

Bis zu 1,5 Millionen Euro Fördergelder winken Forschern, die sich mit Themen an der Grenze zwischen Natur- und Lebenswissenschaften wie synthetische Biologie, Biochemie oder künstliche Intelligenz und Robotik beschäftigen. Die VolkswagenStiftung möchte mit ihrer neuen Initiative „Leben? – Ein neuer Blick der Naturwissenschaften auf die grundlegenden Prinzipien des Lebens" Forschungsprojekte auf diesen Gebieten fördern. Bewerben können sich bis zum 1. März 2016 sowohl Einzel- als auch Kooperationsvorhaben von Wissenschaftlern auf allen Karrierestufen nach der Promotion.

▶ *www.volkswagenstiftung.de*

Workshop zum Thema „Stiftungsunternehmen"

Am 26. und 27. November lädt das Maecenata Institut für Philanthropie und Zivilgesellschaft zu einem Workshop zum Thema „Stiftungsunternehmen" an die TU München ein. Mit der fächerübergreifenden Veranstaltung sollen Teilnehmer aus verschiedenen Disziplinen wie Soziologie, Politik-, Wirtschafts- und Rechtswissenschaften angesprochen werden. Themen sollen unter anderem „Das Zusammenspiel von Stiftung und Unternehmen in der Praxis" und „Stiftungsunternehmen: Balance zwischen Gewinnstreben und Gemeinwohl" sein. Die Teilnahmegebühr beträgt 120 Euro.

▶ *www.maecenata.eu*

Deutschland sucht seinen Forschungsnachwuchs

Auch in diesem Jahr werden wieder junge Forscher in den Fächern Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik gesucht. Zum 51. Mal ruft die Stiftung Jugend forscht Schüler, Azubis und Studenten bis 21 Jahre zu Deutschlands bekanntestem Nachwuchswettbewerb auf. Unter dem Motto „Neues kommt von Neugier" können die eingereichten Themen frei gewählt werden. Die Anmeldefrist für 2016 endet am 30. November diesen Jahres. Die Gewinner werden dann beim Bundesfinale im Mai bekanntgegeben. Aber auch, wer es mit seinem Projekt nicht so weit schafft, kann auf Geld- und Sachpreise im Wert von insgesamt über einer Million Euro hoffen.

▶ *www.jugend-forscht.de*

Ideen für Entwicklungsländer

Beim „empowering people. Award 2015" werden technische Produkte und Lösungen gesucht, mit denen die Grundversorgung in Entwicklungsregionen verbessert werden kann. Die Siemens Stiftung ruft noch bis zum 30. November Wissenschaftler und Entwicklungsteams auf, ihre Ideen dazu einzureichen. Diese werden anschließend von einer internationalen Jury bewertet. Die Projekte müssen technisch innovativ sein und sich darüber hinaus auf der Basis eines Geschäftsmodells einsetzen lassen. Dem Hauptgewinner winkt ein Preisgeld von 50.000 Euro.

▶ *www.siemens-stiftung.org*

7500 Höhenmeter haben sechs Männer aus Politik und Wirtschaft, darunter Düsseldorfs Oberbürgermeister Thomas Geisel und der ehemalige VW-Vorstand Michael Macht, innerhalb von sechs Tagen überwunden, um damit Spenden für die TuaRes-Stiftung zu sammeln. Diese macht sich seit 2012 für die Ausbildung von Mädchen in Burkina Faso stark. Vom 8. bis zum 14. August bezwangen die Bergsteiger die Alpengipfel Piz Palü, Galenstock, Weissmies, Bishorn, Mönch und Jungfrau. Für jeden absolvierten Höhenmeter konnte ein Betrag auf das Konto der Stiftung überwiesen werden. Berechnet man zum Beispiel für einen Höhenmeter vier Cent, so erhält man 300 Euro, mit denen die Ausbildung eines Mädchens und die Ernährung ihrer Familie für ein Jahr abgedeckt sind. Bis Ende August waren schon über 59 000 Euro zusammengekommen. Der endgültige Betrag wird am Ende von Stiftungsgründer Reinhard Gorenflos noch einmal verdoppelt.

▶ *www.bergtour.tuares.org*

Gemeinsam sind wir stärker

Was im Leben sowieso oft gilt, machen sich auch Stiftungen zunutze. Wie der Bundesverband Deutscher Stiftungen im August mitteilte, setzen über die Hälfte der Stiftungen in Deutschland auf Kooperationen. Bei einer Befragung unter 169 Stiftungen im Rahmen des StiftungsPanels im Herbst 2014 kam nun heraus, dass vor allem operative Stiftungen (71,4 %) eine Zusammenarbeit mit Partnern suchen, bei den fördernden Stiftungen sind es nur 24,2 Prozent. Stiftungen, die operativ und fördernd tätig sind, gehen zu 67,6 Prozent Kooperationen ein. Bei der Auswahl der Partner haben andere Stiftungen (69 %) sowie Verbände und Vereine (59,8 %) die Nase vorn. 33,3 Prozent arbeiten mit Universitäten zusammen, fast genauso viele mit der Wirtschaft (32,2 %) und 28,2 Prozent mit Kommunen. Die Vorteile liegen auf der Hand: Die Partner können Synergie-Effekte nutzen, Kompetenzen erweitern und die öffentliche Wahrnehmung steigern. Dabei wird nichts dem Zufall überlassen – 73,6 Prozent haben eine konkrete Strategie ihrer Zusammenarbeit festgehalten.

▶ *www.stiftungen.org*

Frühwarnsystem am Wochenbett

Babylotsinnen der Stiftung SeeYou ebnen den Weg ins Leben

Die Geburt eines Kindes wirbelt das Leben der meisten Eltern gehörig durcheinander. Auch wenn in dieser aufregenden Zeit die Freude über den Nachwuchs groß ist, müssen dennoch viele Dinge erledigt werden. Doch nicht jede Familie ist der neuen Situation mit all ihren Höhen und Tiefen gewachsen. Die Babylotsinnen der Hamburger Stiftung SeeYou stehen deshalb Familien zur Seite, die in den ersten Lebenswochen ihres Kindes Hilfe brauchen. Nun ist das Programm für den „Springer Medizin Charity Award 2015" nominiert.

Von UTE NITZSCHE

Die Gründe, warum ein Neugeborenes und seine Mutter unterstützt werden müssen, sind vielfältig. Psychische Erkrankungen, Gewalt in der Partnerschaft, Alkoholmissbrauch oder Drogenkonsum können ebenso dazu führen, dass das Wohl des Babys gefährdet ist, wie sehr junge, unerfahrene Mütter, fehlender Rückhalt von Partner oder Familie oder eine schwierige wirtschaftliche Situation.

Nachdem 2007 überdurchschnittlich viele Meldungen über misshandelte oder getötete Kinder Schlagzeilen machten, rief die Stiftung SeeYou gemeinsam mit dem Katholischen Kinderkrankenhaus Wilhelmstift und dem Marienkrankenhaus Hamburg eine Art Frühwarnsystem ins Leben: Das Programm der Babylotsen soll die Lücke zwischen Geburtshilfe und den sogenannten Frühen Hilfen, also den Angeboten in der Region zur Unterstützung von Eltern mit Babys und Kleinkindern, schließen. Denn viele Familien wissen nicht einmal, dass sie überhaupt Hilfe bekommen können, geschweige denn, an wen sie sich wenden müssen. Hier weisen die Babylotsinnen zielsicher durch den Netzwerk-Dschungel der zahlreichen Ansprechpartner und Angebote.

Da gerade auf dem Gebiet der Betreuung von Familien mit schwerkranken oder zu früh geborenen Kindern ein großer Nachholbedarf besteht, wurde im Februar 2004 die „Familienorientierte Nachsorge Hamburg SeeYou" gegründet. Sie bietet auf Wunsch sozialmedizinische Nachsorge an, die aber nur zum Teil von den Krankenkassen finanziert wird und war deshalb von Anfang an auf Spenden angewiesen. Die Arbeit der Babylotsinnen wird bisher nicht von den Krankenkassen übernommen, die Stadt Hamburg hat jedoch die Notwendigkeit und den Mehrwert erkannt und finanziert das Projekt zum größten Teil. Der Rest kommt auch hier aus Spendengeldern.

Inzwischen haben sich die Babylotsen zu einem Erfolgsmodell entwickelt. Die ausnahmslos weiblichen Mitarbeiter sind Sozialarbeiterinnen, Sozialpädagoginnen, Hebammen oder Familienhebammen. Es gibt sie mittlerweile an allen 14 Hamburger

Geburtskliniken sowie in weiteren Krankenhäusern in anderen Regionen, darunter zum Beispiel auch an der Berliner Charité und am Klinikum Frankfurt Höchst. Insgesamt sind es 19 Kliniken in vier Bundesländern. Außerdem arbeitet die Stiftung auch mit sechs Hamburger Frauenarzt-Praxen zusammen, in denen das Programm „Babylotse Ambulant“ installiert wurde. Hier können werdende Mütter schon während der Schwangerschaft Kontakte zur Babylotsin knüpfen und sich von ihr beraten lassen.

ARBEIT BEI STIFTUNG SEEYOU IST BERUFUNG

Im Krankenhaus gehen die Babylotsinnen kurz nach der Entbindung auf die Mutter zu, stellen das Konzept vor und erklären, wie sie helfen können. Das Angebot ist freiwillig und kostenlos, und die meisten Frauen nehmen es dankbar an, wie Christina Koch berichtet. Sie arbeitet seit Juni 2014 als Babylotsin und hat ihr Büro direkt auf der Wochenbettstation des Agaplesion Diakonieklinikums Hamburg. Sie sieht ihre Arbeit nicht nur als Beruf, sondern fast schon als Berufung. Die studierte Sozialpädagogin arbeitete in einer Einrichtung für schwer traumatisierte Kinder, bevor sie auf SeeYou stieß. „Ich wusste sofort, dass diese Arbeit zu mir passt und habe mich beworben“, sagt sie. Nun ist sie rund 20 Stunden in der Woche in der Klinik vor Ort, den Rest ihrer Arbeitszeit kümmert sie sich um die Ausweitung des Programms auf andere Städte.

BABYLOTSIN SUCHT GEEIGNETE ANGEBOTE AUS

Um zu erkennen, ob eine Frau überhaupt Hilfe benötigt, wurde der nach dem „Wilhelmstift“ benannte Fragebogen „Wilhelm“ entwickelt, mit dem eine eventuelle psychosoziale Belastung der Mutter erkannt werden soll. Nachdem sie ihn ausgefüllt hat, landet er direkt im Fach der Babylotsin, die ihn auswertet. „Die Geburtsklinik ist das Nadelöhr. Hier haben wir systematisch alle Frauen im Blick“, sagt Friederike Rieg, Bundeskoordinatorin des Programms Babylotse. Ergibt die Auswertung, dass Unterstützungsbedarf besteht, was bei rund fünf Prozent der Familien der Fall ist, sucht die Babylotsin geeignete Angebote aus und schlägt verschiedene Schritte vor. Manchmal reicht es schon aus, der Mutter einen Infoflyer auszuhändigen oder für sie einen Termin bei einer Rechtsberatung zu vereinbaren. Wie viel schon diese einfachen Maßnahmen bewirken können, erlebt Christina Koch immer wieder. „Vor Kurzem kam eine 19-jährige Mutter auf mich zu, deren Partner drogenabhängig ist. Sie sagte mir, dass sie ohne meine Unterstützung mit dem Baby völlig allein und auf sich gestellt nach Hause gegangen wäre und dass sie unglaublich dankbar ist für die Hilfe“, erzählt sie und ist sich einmal mehr sicher, dass sie sich für den richtigen Beruf entschieden hat.

▶ *www.babylotse.de* ▶ *www.seeyou-hamburg.de*

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

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

Fachwissen & Diskussion

2 kostenlose **Probehefte** jetzt anfordern

PERSONALMANAGEMENT IN STIFTUNGEN

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

Berit Sandberg
Führungskräfte in Stiftungen zwischen Ehrenamt und Spitzengehalt
Die Vergütungsstudie 2014
Mit einem Beitrag von Christoph Mecking zum Recht der Vergütung
144 Seiten, Broschur, € 149,90
ISBN 978-3-9812114-5-0
Sonderpreis für Abonnenten des Magazins Stiftung&Sponsoring
€ 119,90

Stiftung & Sponsoring

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

www.stiftung-sponsoring.de

Ersatzfamilie für ein paar Stunden

Die „ZeitOasen“ der Diehl-Zesewitz-Stiftung setzen auf Gemeinsamkeit im Alter

Die Kinder haben einen stressigen Job, die Enkel studieren hunderte Kilometer weit weg und die Nachbarn sind höchstens am Wochenende zu einem kurzen Plausch von Haustür zu Haustür bereit – immer mehr ältere Menschen in Deutschland sind einsam. In den „ZeitOasen“ der Diehl-Zesewitz-Stiftung treffen sie auf Personen, die freiwillig ein begehrtes Gut mit anderen teilen wollen: ihre Zeit.

Von UTE NITZSCHE

Wer sind „Zeitspender“? Dr. Mathias Kröselberg, geschäftsführender Vorstand der Diehl-Zesewitz-Stiftung, hat vor allem zwei Motivationsgründe ausgemacht: „Zum einen sind es Menschen, die in ihrem persönlichen Umfeld die Erfahrung gemacht haben, wie schnell andere vereinsamen können, zum anderen wollen sich viele, die nicht mehr berufstätig sind, sinnvoll engagieren.“ Die „ZeitOasen“ sollen Orte der Gemeinschaft sein, zum Beispiel in Räumen von Kirchengemeinden oder Altenheimen. Hier treffen die Zeitspender auf Dankspender, die auf der Suche nach neuen Bekanntschaften sind. In lockerer Atmosphäre, bei Kaffee und Kuchen, beim gemeinsamen Kochen, gemütlichen Zusammensitzen im Garten oder bei verschiedenen Aktivitäten wie basteln, backen oder dem Besuch eines Weinfestes sind schnell Kontakte geknüpft und neue Freundschaften geschlossen. Für viele werden die „ZeitOasen“ zur Ersatzfamilie. In Wittenberg, so berichtet Kröselberg, texteten die Mitglieder zum Beispiel zusammen Lieder.

Den Aufbau und die dauerhafte Koordination der Einrichtung betreut ein hauptamtlicher Mitarbeiter, ansonsten werden die „ZeitOasen“ hauptsächlich durch ehrenamtliches Engagement getragen. Freiwillige für das Projekt zu gewinnen, sei laut Mathias Kröselberg kein Problem. Als Zeitspender sind keine formalen Kriterien zu erfüllen, je nach Zeit und Lust kommen die meisten im Schnitt zwei- bis viermal pro Woche für vier bis fünf Stunden. Wer einmal mitgemacht hat, ist in der Regel lange dabei. „Zeitstifter sind sehr treu“, freut er sich.

Die Idee, einen barrierefreien Ort zu schaffen, an dem Menschen sich treffen und wohlfühlen können, geht auf Norbert Diehl zurück, der die Diehl-Zesewitz-Stiftung 2003 gründete. Die erste „ZeitOase“ wurde 2006 in Magdeburg eingerichtet, inzwischen sind weitere in Cuxhaven, Torgau, Salzatal und Wittenberg hinzugekommen. Neue Standorte entstehen nicht irgendwo, sondern werden gezielt an Orten ausgesucht, in denen überdurchschnittlich viele Senioren wohnen. Die Stiftung leistet die Anschubfinanzierung für mindestens ein, maximal zwei Jahre. Ziel ist es, dass sich die Einrichtung irgendwann selbst finanzieren und die Stiftung ihre Unterstützung auf andere Aufgabenschwerpunkte legen kann. Außerdem hofft sie auf engagierte Kommunen und Altenheime.

Für die Zukunft sollen weitere „ZeitOasen“ eingerichtet werden. Dafür wünscht sich die Stiftung verstärkt Partnerschaften mit sozialbewussten Unternehmen. „Die Bereitschaft von Unternehmen ist groß“, sagt Kröselberg. Er stellt sich das Konzept ähnlich vor wie bei Betriebskindergärten, mit dem Unterschied, dass anstelle des Nachwuchses die Eltern betreut werden. Für immer mehr Arbeitgeber spiele dies eine große Rolle. Denn Zeit ist eben nicht nur Geld, sondern vor allem auch Lebensqualität.

▶ *www.diezeitstifter.de*

Ihr Wegweiser im Stiftungswesen
Publikationen des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen

Neuerscheinungen

Bundesverband Deutscher Stiftungen (Hg.)
Archive in Stiftungen
Ein Wegweiser

2015 | 284 Seiten | kostenlos
ISBN: 978-3-941368-73-6
auch als E-Book erhältlich

Bundesverband Deutscher Stiftungen (Hg.)
StiftungsReport
Stark im Geben:
Stiftungen im Sport

2015 | 128 Seiten | kostenlos
ISBN: 978-3-941368-72-9
auch als E-Book erhältlich

Stiftungsinfo – exklusiv für Mitglieder

Bundesverband Deutscher Stiftungen (Hg.)
Stiftungsinfo Nr. 4: Haftung
Wie Stiftungsorgane sich vor Fehlern schützen

2015 | 16 Seiten | kostenlos

JETZT ONLINE PROBE LESEN:
www.stiftungen.org/shop

Bundesverband Deutscher Stiftungen (Hg.)
Stiftungsinfo Nr. 5: Zustifter gewinnen
Wie Stiftungen erfolgreich Zustiftungen einwerben

2015 | 16 Seiten | kostenlos

StiftungsRatgeber – Wissen für die Stiftungspraxis

Hans Fleisch
Stiftungsmanagement
Ein Leitfaden für erfolgreiche Stiftungsarbeit

StiftungsRatgeber Band 4
2013 | 188 Seiten | 19,80 €*
ISBN: 978-3-941368-50-7
auch als E-Book erhältlich

Hermann Falk
Vermögensanlage
Stiftungsvermögen professionell verwalten – ein Leitfaden

StiftungsRatgeber Band 6
2011 | 128 Seiten | 19,80 €*
ISBN: 978-3-941368-18-7
auch als E-Book erhältlich

Verzeichnis Deutscher Stiftungen

2014 | 8., erweiterte Auflage

» Unverzichtbar für Fördersuchende und Kooperationswillige. «

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

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

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

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

* Preise inkl. MwSt. zzgl. Versandkosten von 3,00 € bzw. 8,00 € (Buchausgabe Verzeichnis Deutscher Stiftungen).
Für Mitglieder des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen gelten ermäßigte Preise.

Bundesverband Deutscher Stiftungen

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

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

Was soll Transparenz?

Was hat es mit der Forderung nach mehr Transparenz auf sich? Steht der berechtigte Anspruch auf Auskunft nicht im Widerspruch zur Kritik am gläsernen Menschen? Unterliegen die Daten von Stiftern genauso dem Anspruch auf Transparenz wie öffentliche Fördermittel?

Rupert Graf Strachwitz widmet Fragen wie diesen seinen Band zur transparenten Zivilgesellschaft. In seiner „explorativen Studie“ sucht der Leiter des Berliner Maecenata Instituts nach den Ursprüngen und historisch-kulturellen Hintergründen der Transparenz-Debatte. Was transparent ist, ist für die Öffentlichkeit einsehbar. Doch was heißt Öffentlichkeit und was hat sie mit der Zivilgesellschaft zu tun? Komplexe Fragen, die an einzelnen Fallbeispielen Substanz gewinnen und im zweiten Teil des Bandes um die Darstellung zivilgesellschaftlicher Stakeholder bereichert werden. Um die Forderung nach mehr Transparenz und Öffentlichkeit in ihrer ganzen Komplexität darzustellen, reichen die behandelten Aspekte der Transparenz von der Mittelherkunft über die Mittelverwendung bis zu rechtlichen und kulturellen Facetten einer gängigen Idee.

Anstatt Schlagwörter zu hofieren, bietet Strachwitz einen wirklichen Mehrwert: Sein Abgleich gängiger Definitionen von Zivilgesellschaft und Öffentlichkeit enthält umfangreiches Material zur Unterstützung der Leser. Zudem befreit sein Vergleich von blinden Ansprüchen und gibt dem abstrakten Konzept einen reflektierten Bezug zur wirklichen Arbeit in Non-Profit-Organisationen.

Paul Stadelhofer

Rupert Graf Strachwitz. Transparente Zivilgesellschaft? Accountability und Compliance in Non-Profit-Organisationen. Wochenschau Verlag 2015. 174 Seiten. ISBN: 9783734401503. [D] 14,80 €, [A] 15,30 €, 20,70 CHF.

Raubtierkapitalismus

Ist der Mensch in der kapitalistischen Marktwirtschaft nur ein Rädchen im selbst geschaffenen Getriebe? Hat das Geld in seiner Bedeutung bereits die des Menschen überholt? Angesichts von Billigproduktion in Schwellenländern könnte man durchaus dieser Ansicht sein. Die Autoren dieses Sammelbandes sehen die Jagd nach Effizienz aber auch in der Bildungspolitik. Klar scheint ein Punkt: Wird der Mensch in den Fokus gerückt, geht dies zu Lasten der Produktivität. Fragt sich natürlich, ob das denn so schrecklich wäre. Christliche Werte über Bord zu werfen, ist auch keine Lösung.

Karl Josef Lesch (Hrsg.). Die Ökonomisierung der Welt und das Schicksal des Humanum. Lit Verlag 2015. 203 Seiten. ISBN: 9783643130730. [D] 29,90 €, [A] 30,80 €, 39,40 CHF.

Beziehung mit Wert

Eigentlich ist es ganz simpel. Wenn Sie erfolgreich netzwerken wollen, sollten Sie an dem jeweiligen Menschen tatsächlich interessiert sein, mit dem Sie Kontakte knüpfen möchten, und nicht an dem entsprechenden Unternehmen oder der Organisation, die dahinter steht. Aber natürlich reicht das allein noch nicht. Ein kleines bisschen Management gehört auch dazu, auch in den eigenen digitalen Kanälen. In allererster Linie sollten Sie aber eins haben: den nötigen Mut, auf andere zuzugehen. Und immer schön locker bleiben.

Barbara Liebermeister. Effizientes Networking. Wie Sie aus einem Kontakt eine werthaltige Geschäftsbeziehung entwickeln. Frankfurter Allgemeine Buch 2015. 133 Seiten. ISBN: 9783956011061. [D] 19,90 €, [A] 20,50 €, 27,80 CHF.

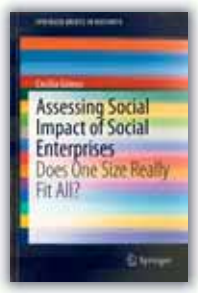
Geben kommt von Gabe

Vor drei Jahren schrieb Kai Fischer netterweise eine ausführliche Rezension zu einem Buch von mir. Nun schreibe ich – sehr gerne – eine Rezension zu seiner frisch veröffentlichten Dissertation „Warum Menschen spenden“. Warum ich das tue, erfahre ich gleich auf den ersten Seiten seines Buches: Menschen haben im Laufe ihrer Entwicklung ein raffiniertes soziales Instrument entwickelt: Geschenke! Oder allgemeiner: Gaben. Diese definieren sich durch den Dreischritt: Geben, Nehmen und Zurückgeben. In der Literatur herrschen zwei Theorien vor, um Spendenverhalten zu erklären. Die psychologische Theorie sucht nach Motiven des Spendens – und findet sie unter anderem in angeborenem Altruismus und eigennützigen Beweggründen. Die ökonomische Theorie sieht Spenden als Tauschgeschäft an, bei dem alle Partner ihren Nutzen maximieren. Kai Fischer stellt diesen beiden Theorien nun eine dritte, nämlich soziologische, Theorie zur Seite: Spenden als Gaben, die insbesondere einen Zweck verfolgen: zwischenmenschliche Beziehungen aufzubauen und zu stabilisieren. Aus dieser neuen Perspektive auf das Verhalten von Spendern leitet der Autor eine sehr überzeugende Handlungsempfehlung für Spendenorganisationen ab: Statt punktuelles Spenden zu optimieren, sollten NGOs Spendern Gemeinschaftsangebote machen. In „wir“ denken – und damit auch den Spender meinen. Die Gabe-Theorie kann – ebenso wie die anderen Theorien – Spenden und Fundraising nicht vollständig erklären. Aber sie liefert einen wichtigen neuen Baustein. Und das macht Kai Fischers Dissertation so lesenswert.

Christian Gahrmann

Kai Fischer. Warum Menschen spenden. Ein Beitrag zur Gabe-theoretischen Fundierung des Fundraisings. Mission-Based Verlag 2015. 340 Seiten. ISBN: 9783981745702. [D] 39,95 €, [A] 39,95 €, 52,00 CHF.

So geht Social Impact



Manch einer fragt sich, was Unternehmen für die Gesellschaft leisten. Manche wollen auch tatsächlich im Dienste der Gesellschaft wirtschaften. Die Frage lautet bei solchen Social Enterprises, welche Wirkung geplant, erzielt und erfasst werden kann.

Cecilia Grieco hat sich einem der spannendsten Themenkomplexe der modernen Wirtschaft gestellt und den State of the Art vorgelegt. Dass Grieco mehrere Dutzend Modelle zum Social Impact Assessment aufgespürt und mit festem wissenschaftlichem Fundament verglichen hat, ist schon aller Achtung wert. Dass sie dabei nicht vergisst, was das eigentlich soll, verdient Anerkennung.

Wer ein soziales Unternehmen führt, ein solches Start-up plant oder schlicht und einfach erfahren will, wann die gesellschaftliche Wirkung von Unternehmen weit hergeholt ist, ist mit dieser Lektüre gut beraten. Schon alleine der Anhang, mit einem strukturierten Überblick zu etablierten Modellen, lohnt den Griff ins Bücherregal.

Paul Stadelhofer

Cecilia Crieco, Assessing Social Impact of Social Enterprises – Does One Size Really Fit All? Springer 2015. 110 Seiten. ISBN: 9783319153131. [D] 53,49 € [A] 55,99 €, 74,80 CHF.

Preisnachlass

Ein T-Shirt für drei Euro, das Kilo Fleisch für 2,99 Euro und eine Mikrowelle für schlappe 15 Euro – damit hat man billig eingekauft, aber nicht preiswert. Michael Carolan entlarvt in seinem Buch das System des Billigkonsums und deckt auf, wo sich die tatsächlichen Kosten verstecken und wer diese stemmen muss. Vom Laptop zum Billig-Burger nimmt der Professor für Soziologie die Auswirkungen unserer Konsumgesellschaft unter die Lupe. Die Texte werden ergänzt durch ganzseitige Grafiken, die übersichtlich und leicht verständlich Zusammenhänge erklären, zum Beispiel den zwischen einem Eigenheim und der Miete für einen Lagerraum. Carolan hat die Hoffnung noch nicht aufgegeben und gibt Empfehlungen, wie wir die Billigspirale durchbrechen können. Er erklärt, warum höhere Preise notwendig und möglich sind, ohne dass es uns dadurch schlechter ginge. Das letzte Kapitel gibt deshalb „Zehn Empfehlungen für Qualität, Bezahlbarkeit und Umsatz“.

Ute Nitzsche

Michael Carolan. Cheaponomics. Warum billig zu teuer ist. oekom Verlag 2014. 215 Seiten. ISBN: 9783865817341. [D] 22,95 €, [A] 23,60 €, 31,95 CHF.

Springer Gabler springer-gabler.de

Interessante Neuerscheinungen zum Thema Fundraising

Michael Wurster, Maria Prinzessin von Sachsen-Altenburg
Helden gesucht: Projektmanagement im Ehrenamt
Mit Illustrationen von Werner Tiki Küstenmacher
2015, XXVIII, 270 S. 150 Abb. Geb.
€ (D) 29,99 | € (A) 30,83 | *sFr 32.00
ISBN 978-3-662-43922-7
€ 22,99 | *sFr 25.50
ISBN 978-3-662-43923-4 (eBook)

Andreas Schiemenz
Das persönliche Gespräch: Fundraising durch Überzeugung
Großspender und Unternehmer erfolgreich ansprechen
2015, XIV, 248 S. 18 Abb. Brosch.
€ (D) 34,99 | € (A) 35,97 | *sFr37.00
ISBN 978-3-658-01425-4
€ 26,99 | *sFr 29.50
ISBN 978-3-658-01425-4 (eBook)

€ (D) sind gebundene Ladenpreise in Deutschland und enthalten 7 % MwSt. € (A) sind gebundene Ladenpreise in Österreich und enthalten 10 % MwSt.
Die mit * gekennzeichneten Preise sind unverbindliche Preisempfehlungen und enthalten die landesübliche MwSt. Preisänderungen und Irrtümer vorbehalten.

Jetzt bestellen auf springer.com/shop

A21256

edition.fundraiser-magazin.de

Freunde und Spenden gewinnen:

so gelingt's

Basiswissen kompakt Motivation inklusive

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

13,90 €

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

Edition Fundraiser

Hosen runter!

Wer etwas nicht preisgibt, verheimlicht nicht automatisch etwas. So obliegt die Gehaltslage von Führungskräften (auch) bei Stiftungen keinerlei Transparenzverpflichtungen. Deshalb will dieses Buch auch gar nichts ans Licht zerren. Grundlage ist vielmehr eine Studie, deren Ergebnisse die Begriffe Ehrenamt und Nebentätigkeit in ein etwas anderes Licht rücken. Außerdem wird deutlich, dass in vielen Fällen hauptamtliche Vorstandsmitglieder selbst über die Höhe ihrer Vergütung entscheiden können. Diese Studie geht also über bloße Zahlen und Fakten hinaus.

Berit Sandberg. Führungskräfte in Stiftungen zwischen Ehrenamt und Spitzengehalt. Die Vergütungsstudie 2014. Stiftung&Sponsoring Verlag 2015. 144 Seiten. ISBN: 9783981211450. [D] 149,90 €, CHF 209,65.

So geht's!

Ein Buch über Meinungsumfragen! Quälende Statistiken? Staubtrockene Theorie? Nicht so bei Thomas Petersen. Der erfrischende Stil des Autors bietet bereits auf der ersten Seite Amusement. Und so geht es weiter. Petersen versteht sich aber nicht nur auf unterhaltsamen Stil. Er weiß auch, dass es keinen Sinn ergibt, sich anhand erwünschter Antworten die entsprechenden Fragen zu formulieren. Manchmal sind die Bretter vor den Köpfen scheinbar tatsächlich dicker als gedacht. Aber zum Glück gibt es ja dieses Buch. Nach dessen Lektüre kann man gar keinen Plempel mehr verzapfen.

Thomas Petersen. Die Vermessung des Bürgers. Wie Meinungsumfragen funktionieren. Verlag UVK 2015. 134 Seiten. ISBN: 9783867645508. [D] 19,99 €, [A] 20,60 €, 27,95 CHF.

Faktor erbe

Rund 250 Milliarden Euro werden in Deutschland Jahr für Jahr vererbt, und so wird in den nächsten Jahren ein ungeahnter Vermögenszuwachs bei Kindern und Enkeln der Nachkriegsgeneration zu verzeichnen sein. Das geht an unserer Gesellschaft nicht spurlos vorbei, wie Julia Friedrichs zeigt. Sie besucht und interviewt Menschen „wie du und ich", sie trifft mittelständische Unternehmenserben und hat auch Kontakt in die Riege der ganz reichen Erben.

Ein Erbe kann belasten: Es schafft Distanz zu „ärmeren" Freunden. Erben leben unter ihren Möglichkeiten, um keinen Neid zu wecken. Das Geld wird als unverdient empfunden, bleibt unangetastet auf dem Konto.

Philanthropie, Spenden und Stiftungen spielen im Buch keine große Rolle. Wer diesen Aspekt des Umgangs mit einem Erbe betrachten möchte, ist mit dem Klassiker „Frauen erben anders" von Marita Haibach besser bedient. Wobei die Ergebnisse der Interviews beider Bücher sehr vergleichbar sind.

Wer sich als Fundraiser mit dem Thema Großspenden, Stiftungs- und Erbschaftsfundraising beschäftigt, für den ist „WIR ERBEN" eine hilfreiche Lektüre. Das Buch hilft, die mit einem Erbe einhergehenden Ambivalenzen nachvollziehen zu können. Die Lektüre hilft, die eigenen Vorurteile und Reaktionsschemata in Bezug auf das Thema Erbe/Vermögen zu erkennen. „WIR ERBEN" gibt uns das Verständnis für die psychologischen Effekte einer Erbschaft und eröffnet uns damit einen Weg zur Philanthropie-Beratung – jenseits einer Umverteilungs- oder Gerechtigkeitsdebatte.

Kai Dörfner

Julia Friedrichs. WIR ERBEN. Was Geld mit Menschen macht. Berlin Verlag 2015. 320 Seiten. ISBN: 9783827012098. [D] 19,99 €, [A] 20,60 €, 27,95 CHF.

Praxisnähe

Dialogmarketing im digitalen Zeitalter wird immer mehr durch den Kunden selbst beeinflusst. „Marketer müssen sich von dem Gedanken verabschieden, dass sie eine Marke steuern oder führen oder inszenieren können", denn digitale Markenkommunikation seitens der Organisation macht heutzutage maximal 20 bis 30 Prozent aus. Den Großteil der „Bewerbungen" verfassen die Kunden im Netz selbst. In diesem Sinne spricht man im Rahmen der digitalen Markenkommunikation aktuell von einer kundendominierten Ausrichtung. Das ist eines der Themen, die auf dem 9. wissenschaftlichen interdisziplinären Kongress für Dialogmarketing im Oktober 2014 diskutiert wurden. Daneben werten Beiträge zu Social-CRM-Systemen, mobilem Marketing, Gestaltung von Direct Mailings und zur Verwendung von QR-Codes den Inhalt des Buches auf und passen das Dialogmarketing dem stets aktuellen Medien- und Kommunikationswandel an.

Claudia Fuhrmann

Deutscher Dialogmarketing Verband e.V. (Hrsg.): Dialogmarketing Perspektiven 2014/2015. Tagungsband 9. Wissenschaftlicher interdisziplinärer Kongress für Dialogmarketing. Springer Gabler 2015. 279 Seiten. ISBN: 9783658088750. [D] 49,99 €, [A] 51,39 €, 69,90 CHF.

Flasche leer?

Sie begegnen uns fast täglich in der Stadt, doch wir schenken ihnen in der Regel keinerlei Beachtung: Flaschensammler. Die beiden Münchner Sozialforscher Philipp Catterfeld und Alban Knecht beauftragten Studenten, mit den Flaschensammlern zu sprechen. Herausgekommen sind über 30 Interviews mit Männern und Frauen, die regelmäßig auf der Suche nach Leergut in den Straßen der bayrischen Landeshauptstadt unterwegs sind. Sie stellten fest: Es bessert sich sowohl der Migrant als auch der Rentner mit schmalem Geldbeutel oder der Diplomingenieur, dessen eigene Firma pleite ging, sein Einkommen auf. Mithilfe eines Interviewleitfadens fragten die Studenten nach Gründen, Vorgehen, Ertrag, Biografie und sozialer Situation. Sie zogen auch selbst los und durchwühlten Abfalleimer auf der Jagd nach den begehrten Pfandflaschen. In 22 Einzelbeiträgen berichten sie anschließend über ihre Erfahrungen und stellen mehrere Flaschensammler vor.

Ute Nitzsche

Philipp Catterfeld, Alban Knecht (Hrsg.). Flaschensammeln. Überleben in der Stadt. UVK Verlagsgesellschaft 2015. 184 Seiten. ISBN: 9783867646246. [D] 24,99 €, [A] 25,70 €, 34,95 CHF.

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

Fragebogen: Helga Schneider mag

Zum Fundraising kam sie wie die Jungfrau zum Kind. Während ihres Studiums in Salzburg landete sie durch ein Praktikum bei der „Pro Juventute", einer österreichischen Kinderdorforganisation. Dort blieb Schneider einige Jahre und lernte die Grundlagen des Fundraisings – damals hieß es noch Spendenmittelbeschaffung. „Wir haben Haushaltsmailings in einer Auflagenhöhe von 7 Millionen im hausinternen Lettershop produziert, säckeweise Retouren verarbeitet, eine ganze Abteilung mit Datenverarbeitung beschäftigt und eine eigene Software programmiert", erinnert sie sich.

1999 gründete Schneider dann gemeinsam mit einem Kollegen in Deutschland das Fundraising Institut. Ihr gemeinsames Buch zum „Database-Fundraising" trieb das Thema in Deutschland mit voran. „Ich kenne im Bereich Spendensoftware so ziemlich jeden vorstellbaren ‚Job': von der Softwareentwicklung über das Schreiben eines Handbuchs, Vertrieb, Präsentationen, Support und Implementierung bis hin zur ‚Lehre', der softwaretechnischen Umsetzung von Fundraising und der analytischen Anwendung", resümiert sie.

Nach 15 Jahren Hochs und Tiefs im Fundraising Institut beantwortete Schneider im vergangenen Jahr die Frage, ob sie die Geschäftsführung von ifunds germany übernehmen würde, mit Ja. „Viele fragten mich, warum ich meine Selbstständigkeit aufgebe und ich kann nur sagen, dass ich es aus dem Bauch heraus entschieden und nicht bereut habe. Es bereitet mir Freude, in diesem Team zu arbeiten. Gemeinsam können wir große, mittlerweile auch internationale Projekte durchführen. Zusammen entwickeln wir Visionen für zukünftiges Fundraising und überlegen, welchen Beitrag wir dazu leisten können. Der Weg als selbstständige Beraterin wäre ein anderer gewesen."

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

… wenn der Wecker nicht klingelt, ich in den Tag hineingleiten, gemütlich frühstücken kann.

2. Was wollten Sie als Kind werden?

Die gleiche Frage hat unser Lehrer an einem der ersten Schultage gestellt. Ich habe „Opernsängerin" geantwortet.

3. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

Ich mag das Wort „Stress" nicht. Wenn man keinen hat, gerät man in Verdacht, faul zu sein. Es komprimiert alles, was belastend empfunden wird und verhindert, dass man genauer differenziert. Außerdem schafft es Distanz und verbreitet schon mal per se eine angestrengte Atmosphäre.

4. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

Bedingungsloses Grundeinkommen und radikale Steuervereinfachung

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

Mein Kind großziehen, mein Studium abschließen, einen Job suchen … was man halt zwischen 25 und 30 so macht.

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

Ich würde keine Orden verleihen. Das beinhaltet eine Art von Bewertung, die ich nicht schätze.

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

Ich spreche selten Menschen im Aufzug an, aber ein freundliches Lächeln wäre im Bereich des Möglichen.

es lieber Stress-frei

8. Wer ist für Sie ein Held?

Alle Menschen, die mutig sind, Neues wagen, ihre Meinung sagen, aufrichtig und authentisch leben, Humor haben, ungeniert weinen und lachen können und nach dem Fallen wieder aufstehen.

9. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

In Salzburg – ich habe lange dort gelebt.

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

In meiner Freizeit spielt Musik eine große Rolle.

11. Worüber können Sie lachen?

Immer wieder gerne über Loriot.

12. Welche Fehler entschuldigen Sie am ehesten?

Die eingestandenen.

13. Was war früher besser?

In meiner Kindheit konnte man mit weniger Sicherheitsvorkehrungen unbeschwerter leben. Die Musik traf zudem eher meinen Geschmack.

14. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?

Ich verzichte auf den Eintrag.

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

… der Ausdruck einer Haltung. Sie ist die Möglichkeit, sich freiwillig für etwas zu engagieren, das man als wichtig erachtet und diesen Dingen damit Bedeutung zu verleihen, sie zu stärken und ihnen zum Wachstum zu verhelfen.

Wollen auch Sie diesen Fragebogen ausfüllen?

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

Nachwuchs Menschenkenner Fabian F. Fröhlich erinnert sich

In unserer Fragenbogenrubrik auf Seite 80 heißt es: „Sie machen eine Zeitreise ins Jahr 1990. Was würden Sie da tun?“ Nun, mein Kumpel und ich fuhren damals zum ersten Mal nach Westberlin, die 100 DM Begrüßungsgeld abholen und uns die Freiheit angucken. Am Grenzübergangsbahnhof Friedrichstraße war es proppenvoll – Menschenmassen wie zur Mai-Demo! Kurzerhand nahmen wir die nächstbeste U-Bahn, sie brachte uns an den noblen Stadtrand. Dort mussten wir an der Deutschen Bank nicht anstehen, bekamen in Nullkommanix unseren Stempel in den Personalausweis und das begehrte Westgeld.

Neben der Bank ein Aldi, Hunger und die Neugierde waren groß. Wir bestaunten die Westwaren und kauften uns Joghurt. Irgendwas Exotisches: Maracuja oder so. Vor dem Markt falteten wir die Joghurtdeckel kurzerhand zum Löffel-Ersatz und verschlangen damit die süße Speise … köstlich! Da kamen zwei ältere Damen vorbei. Sagt die eine zur anderen: „Die Armen, die haben nicht mal Besteck im Osten!“ So schnell entstehen Vorurteile.

Die Welt ist voll davon: Schwaben sind geizig, Polen klauen und Ostfriesen pinkeln gegen den Wind. Beamte schlafen im Büro. Blondinen können keine Fremdwörter. Lehrers Kinder und Pfarrers Vieh gedeihen selten oder nie. Der Apfel fällt nicht weit vom Stamm. Was Hänschen nicht lernt, lernt Hans nimmermehr. Fernsehen macht dumm. Studenten sind Langschläfer. Bauern sind Single. Wer Kevin oder Mandy heißt, macht nie Karriere. Friseure sind schwul. Computerspiele verderben den Charakter. Und Journalisten lügen.

Als meine kleine Schwester 1990 von ihrer ersten West-Reise zurück kam, schwärmte sie: „Es war soo toll drüben, soo bunt und soo aufregend – aber die haben dort gar kein Besteck!“ Tja, man war bei Mc Donald’s eingekehrt …

Sehr zuverlässig funktionieren auch 25 Jahre nach der deutschen Wiedervereinigung die Ossi-Wessi-Ressentiments. Kürzlich kam die Bundeskanzlerin ins sächsische Heidenau. Es ging um eine Flüchtlingsunterkunft in einem Pleite gegangenen Baumarkt. Merkel im Markt, draußen die Presse, es vergeht eine Stunde, nichts geschieht. Doch da! Liegt es auf dem Weg! Ein einsames Ei! Irgendwem wird es aus der Einkaufstasche gefallen sein. Der Pressefotograf einer überregionalen Wochenzeitung zoomt ganz nah ran: Das ist die politische Stimmung im Osten!

Ausgabe 6/2015 erscheint am 23. November 2015 u. a. mit diesen Themen

- Aktuelle Entwicklungen im Kirchenfundraising
- NGOs & E-Commerce
- Warum immer weniger spenden?

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

Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 6/2015, die am 23.11.2015 erscheint, ist der 05.10.2015.

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 6/2015, die am 23.11.2015 erscheint, ist der 05.10.2015.

Fotonachweise:
Titelbild: Bundesarchiv Peter Koard/Zentralbild, S. 1: Mayk Wendt (Aktuell), S. 3: Udo Lehner, S. 4: Beate Knappe (Schneider), S. 7: corund@fotolia, S. 8: Roman Cieslik, S. 12/13: Bundesarchiv, ADN-ZB / Bartocha, S. 15: Ilya Plekhanov (W50), S. 16: Harald Stein, S. 18: Paul Stadelhofer, S. 23: Alexandra Bennaceur (unten), S. 24: Iraultza Izquierdo, S. 25: Mayk Wendt, S. 32: UNHCR / L. Boldrini, S. 34: Stiftung Menschen für Menschen Schweiz (Knie), © Mutesouvenir | Kai Bienert (Biedermann), Lebenshilfe Österreich (Luger), Markus Hechenberger (Brückner), S. 35: Rui Camilo (Dopheide), Hilfswerk Austria International (Wibiral & Weissel), Tilo Riolo (Röhr), S. 48: drizzd@fotolia, S. 50: Sabine@fotolia (Münzstapel), S. 58: sippakorn@fotolia, S. 65: Paul Stadelhofer, S. 66: Christian Schnaubelt (oben), Ronald Frommann (unten), S. 69: Ludwig Schedl, S. 70: Stiftung Lesen, S. 71: TuaRes Stiftung, S. 72: Stiftung SeeYou, S. 80: Beate Knappe, S. 82: oza@fotolia, alle anderen PR / Archiv / privat

In Zusammenarbeit mit der fundraising akademie

vanacken

Fundraising

Spender gewinnen.
Spender binden.

Einer unserer Bausteine: Projektmanagement

Professionelle Beratung und Projektmanagement sind entscheidend für erfolgreiches strategisches Fundraising.

Gerne koordinieren wir auch Ihre Projekte – von der Beratung über die konzeptionelle Umsetzung bis hin zur Produktion und Erfolgskontrolle – alles unter einem Dach.

Menschen in Not sollen sich heute auf planbare Hilfe verlassen können, dafür benötigen Sie planbare Spenden.

Entwickeln Sie mit uns Ihre Strategie.
Legen Sie Ihr Projekt in unsere Hände!

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

Strategie
Marktforschung
Konzeptentwicklung
Kampagnenentwicklung
Kreation
Adressauswahl
Erfolgskontrolle

Produktion
Datenerstellung
Druck
Personalisierung
Lettershop
Postversand
Fulfillment

Print- und Außenwerbung
Anzeigen
Großflächen
Citylights
Öffentlichkeitsarbeit

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

Marke
Markenbildung
Markenführung
Markenstrategie
Corporate Identity
Corporate Design

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

Verstärkt.

Direct Mail mit adfinitas.

Wir drehen den Kanal für Sie auf. Ob pur oder verstärkt – mit effektiven Konzepten schaffen wir den perfekten Sound, damit Ihre Botschaft den Spender mitten ins Herz trifft. Freuen Sie sich auf positive Rückkopplungen!

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