ISSN
1867-0563

Fundraiser
Ausgabe 4/2017

Fundraiser magazin

Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen

Vom Sofa aus die Welt retten?

International
Holger Menze berichtet über seine Erlebnisse auf der AFP-Conference in San Francisco .

Praxis
Mailings bringen mehr Response durch kreative Ideen und passende Technik.

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

Liebe Leserin, lieber Leser,

vom Sofa aus die Welt retten – das klingt erst mal unwahrscheinlich. Echten Macher-Typen genügt es natürlich nicht, beim Online-Shopping ein paar Cent für den guten Zweck zu spenden. Die fahren vielleicht selber los und packen vor Ort mit an. So tut es beispielsweise Matthias Schanzenbach, der seit Jahren eine Behindertenwerkstatt in Ungarn ganz praktisch unterstützt – in Eigeninitiative. Seine Geschichte lesen Sie im Themen-Teil ab Seite 16. Aber tatsächlich kann man sich auch vom Sofa aus engagieren und dabei viel bewegen, Stichwort: Crowdfunding. Sogar die „Jugend von heute" stellt erfolgreiche Spendenaktionen mit sechstelligen Euro-Beträgen auf die Beine, währendessen sie sich auf YouTube mit Gaming-Videos beschäftigt. Glauben Sie nicht? Lesen Sie selbst …

Achtung, Spoiler: Nicht nur bis zur Spende denken, sondern bis zum Schluss, ist diesmal das Fazit in der Reihe „Schöner scheitern". Und weil nach dem Erhalt von Spenden irgendwann jeder an den Punkt kommt, all die Daten sinnvoll zu verwalten, um sie beispielsweise zur Bedankung und für die Spenderkommunikation zu verwenden, stellt sich über kurz oder lang die Frage nach einer Fundraising-Software. Deshalb haben wir inzwischen zum fünften Mal die „Marktübersicht Software für Vereine, Verbände und Stiftungen" produziert. Abonnenten finden dieses Extra-Heft druckfrisch in dieser Ausgabe.

Ich wünsche Ihnen eine spannende und inspirierende Lektüre und einen wunderbaren Sommer!

Ihre

Daniela Münster

Daniela Münster
Chefredakteurin

direct punkt
Agentur & Lettershop

erfolgreiche
SPENDEN
MAILINGS

Sprechen Sie mit den
Spezialisten:

direct punkt **Hamburg**
Ausschläger Allee 178
20539 Hamburg
T 0 40/23 78 60-0
service@directpunkt.de

direct punkt **Köln**
Buchheimer Ring 87
51067 Köln
T 02 21/759 19 44
steffi.sczuka@directpunkt.de

www.directpunkt.de

Thema

ab Seite 16

Schmerzfreies Spenden und Kaufen 18
Vereine sollten sich genau überlegen, ob sie ins Painless Giving einsteigen

Blogs verbessern Spenderbindung 20
Mit Storytelling, Dialog und crossmedialer Vernetzung zum Erfolg

Nur Challenges, Pranks und Titten? 22
Webvideostars starten Social Campaigns auf YouTube und Twitch

Unkompliziert helfen 24
Auf privatem Wege gelangen deutsche Spenden in eine ungarische Diakonie

Crowdfunding für „Unkraut“ 26
Senegals Schilf soll wirtschaftlich genutzt werden

Menschen

Tankred Stöbe 12
Der Notfallmediziner war schon oft für „Ärzte ohne Grenzen“ im Einsatz. Nicht immer sind die Helfer willkommen.

Corinna Adler & Amina Chaudri 54
Die Mitglieder der Geschäftsleitung der ETH Zürich Foundation sprechen über Hochschulfundraising.

Karina Höverer 88
... hat unseren Fundraiser-Fragebogen ausgefüllt und verrät Persönliches.

Projekte

Erfolgreiche Berufsorientierung 34
Wenn Schule, Wirtschaft und Stiftungen zusammenarbeiten

Schluss mit dem Dornröschenschlaf 36
Wie das Landesmuseum in Stuttgart auf Fundraising setzt

Farbe bekennen für eine menschliche Schweiz 38
Ein Hosenlupf als Brückenschlag zwischen Flüchtlingen und Einheimischen

Praxis & Erfahrung

Freiwillige führen und motivieren 56
Wie Organisationen ehrenamtliches Engagement fördern

Mehr als nur „Nice-to-have“ 58
Auch Spenden für kulturelle Projekte benötigen die richtigen Argumente

Wie sage ich es meinem Vorstand? 60
Positionierung des Fundraisings in Non-Profit-Organisationen

Mit echten Unterschriften punkten 62
Warum einfach, wenn besonders so viel erfolgreicher ist?

Spender wollen fühlen, aber nicht leiden 64
Kreative Mailings lösen positive Emotionen und damit Spenden aus

Endlich geerbt! Und nun? 66
Arbeitsaufwand und Risiken der Nachlassabwicklung für Vereine und Stiftungen

Abonnenten finden in dieser Ausgabe unser Extra-Heft – die aktuelle Marktübersicht 2017 „Software für Vereine, Verbände und Stiftungen“. Sie erhalten einen guten Überblick über mehr als 40 verschiedene Software-Anbieter und Systemhäuser, die Programme für Spender- und Mitgliederverwaltung bereitstellen.

International

Mobile Strategien und Disruptive Change 28
Holger Menze berichtet von der AFP-Conference in San Francisco

Stiftung

„Wir sind keine Loki-Schmidt-Gedächtnisstiftung“ 78
Fundraising nach dem Tod der Stiftungsgründerin

Mit Vermögen positive Wirkung schaffen 80
Impact Investing für Stiftungen und Philanthropen

Banker an die Pinsel 82
Kreativität in Teamarbeit wird zur gelebten Inklusion

Weltweit vernetzt 83
Stiftungen mehrerer Länder gründen Plattform fürs Klima

Rubriken

Spektrum 6
Schöner Scheitern 11
Köpfe & Karrieren 40
Dienstleisterverzeichnis 42
Branche 48
Leserpost 52
Fundraising-Kalender 68
Bildung 70
Fach- und Sachbücher 84
Fragebogen 88
Das Letzte 90
Vorschau + Impressum 90

Den Bestellcoupon finden Sie auf Seite 53 und im Internet: **www.fundraiser-magazin.de**

Autoren

... dieser Ausgabe:

Matthias Daberstiel, Beate Erler, Celina Fischer, Karla Friedemann, Susi Kammergruber, Leticia Labaronne, Caroline Lauhoff, Stephan Masch, Holger Menze, Daniela Münster, Peter Neitzsch, Ute Nitzsche, Katja Prescher, Felix Richter, Dr. Ulrike Schenk, Bruno Seger, Alexandra Sievert-Heidemann, Rico Stehfest, Johannes P. Weber, Markus Wener

Weiterhin

... liegen in dieser Ausgabe (teilweise oder komplett) Beilagen der folgenden Inserenten bei. Wir bitten um freundliche Beachtung:

- Swissfundraising
- Lupenmaxx

vanacken
Druckerei & Verlag

Es gibt viele bunte Vögel da draußen …

Welcher passt zu Ihnen?

Ihr Partner für die schnelle, zuverlässige und flexible Produktion von Drucksachen.

Von der ersten Idee, über den Druck, bis zur Postauflieferung – alles aus einer Hand. Produktsicherheit durch kurze Wege.

van Acken: Profi in Sachen Druckerei und Verlag

Lernen Sie unsere „Vögel“ kennen.

Wir freuen uns auf Sie!

van Acken Druckerei & Verlag GmbH
Magdeburger Straße 5, 47800 Krefeld
Telefon: 02151/4400-0
Fax: 02151/4400-55
info@van-acken.de, www.van-acken.de

Zahlen & Fakten

Der Fundraising Verband Austria hat eine Umfrage zur Spendenabsetzbarkeit durchgeführt

„Für die steuerliche Begünstigung ist es notwendig, dass Sie der Spendenorganisation Ihr Geburtsdatum und Ihren vollständigen Namen – wie im Zentralen Melderegister – nennen. Würden Sie der Organisation diese Daten mitteilen? Würden Sie sagen ja, voll und ganz, eher ja, eher nein oder überhaupt nicht?

Quelle: Public Opinion GmbH/Institut für Sozialforschung
österr. Bevölkerung ab 16 Jahre, face-to-face, N=1050, Zeitraum: 13.4. bis 4.5.2017

Wie informiert sind die Österreicher über den aktuellen Stand der Möglichkeiten zur Spendenabsetzbarkeit? Das wollte der Fundraising Verband Austria wissen und hat das Institut für Sozialforschung Public Opinion mit einer Umfrage beauftragt. Ergebnis: Der Wissensstand ist gestiegen, bleibt aber mager. Sechs von zehn Befragten wussten noch immer nicht, dass sie Spenden nicht mehr selbst in der Steuererklärung geltend machen müssen. Allerdings stößt die Notwendigkeit der Angabe des eigenen Geburtstages und des vollen Namens auf große Ablehnung, wie die Grafik zeigt. Unklar ist dabei, wem das Misstrauen gilt, den Spendenorganisationen oder dem Finanzamt? Ebenso beachtlich: Je höher der Bildungsabschluss der Befragten, desto größer fiel die Bereitschaft zur Angabe der Daten aus.

Verlosung

Freikarten für Fundraisingtage

Geballte Ladungen an Wissen rund um das Thema Fundraising: Im September laden der Sächsische Fundraisingtag (7. September) nach Dresden und der Fundraisingtag Berlin-Brandenburg (26. September) nach Potsdam. Für beide Veranstaltungen steht das Programm online und die Anmeldungen laufen. Unternehmenskooperationen stehen ebenso auf dem Plan wie Spenderbriefe oder Online-Fundraising. Wir verlosen für die Fundraisingtage drei Freikarten! Schicken Sie uns einfach bis zum 30. Juli eine E-Mail an gewinnen@fundraiser-magazin.de und sagen Sie uns, warum gerade Sie oder Ihre Organisation von einer Teilnahme profitieren würden! Und vergessen Sie nicht, uns mitzuteilen, welchen der beiden Fundraisingtage Sie besuchen möchten. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

▶ www.fundraisingtage.de

MEINE MEINUNG

„Wenn Fundraising so einfach wäre, dann könnte es jeder."

Ein Kommentar von MATTHIAS DABERSTIEL

Konrad Adenauer, der erste Kanzler der Bundesrepublik Deutschland, galt als „Vereinfacher der Politik" und sah das 1965 in einem Interview mit Günter Gaus auch als großes Lob an. Die Konrad-Adenauer-Stiftung hat offensichtlich versucht, diesem Beispiel zu folgen und suchte sich dafür – der „Wahl-O-Mat" ist ja schon vergeben – das Thema Fundraising heraus. Auf der Seite *Adenauercampus.de* findet man jetzt den „Fundraising-Ideen-Generator". Das macht neugierig. Schnell hatte ich für einen Verein, für den ich mich gerade engagiere und der sehr von ehrenamtlichem Engagement lebt, die vielen Fragen des Generators beantwortet. Endlich am Ende angekommen, wartete ich gespannt auf die versprochene Fundraising-Idee. Und es war: der Spendenbrief.

Wer denkt sich denn so was aus?! Das hat nichts mit Fundraisingstrategie zu tun und ist von kreativen Ideen weit entfernt. Wie kann man denn einem Verein, über dessen Ressourcen man gar nichts weiß, ruhigen Gewissens ein wirklich kostenintensives Mailing als Idee vorschlagen, für das dann auch noch die Anmietung von Adressen und Agenturunterstützung empfohlen wird?

Jede Organisation kann heute Fundraising betreiben, nur muss sie natürlich ihre Strategie ihren Möglichkeiten anpassen. Die Adenauer-Stiftung hat offensichtlich zu viele Ressourcen, denn dieser Ideen-Generator führt nur zu einem Ergebnis: Geldverschwendung.

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

Beruhigendes zur EU-Datenschutz-Grundverordnung

Die einen sehen es als machbare Herausforderung. Für die anderen ist es das Schreckgespenst schlechthin: Die Europäische Europäische DV-GVO. Was uns Fundraiserinnen und Fundraiser ein wenig beruhigen sollte: Ein Großteil der Datenschutz-Anforderungen, die das neue Gesetz formuliert, sind bei vielen Direktmarketingtreibenden längst gängige Praxis.

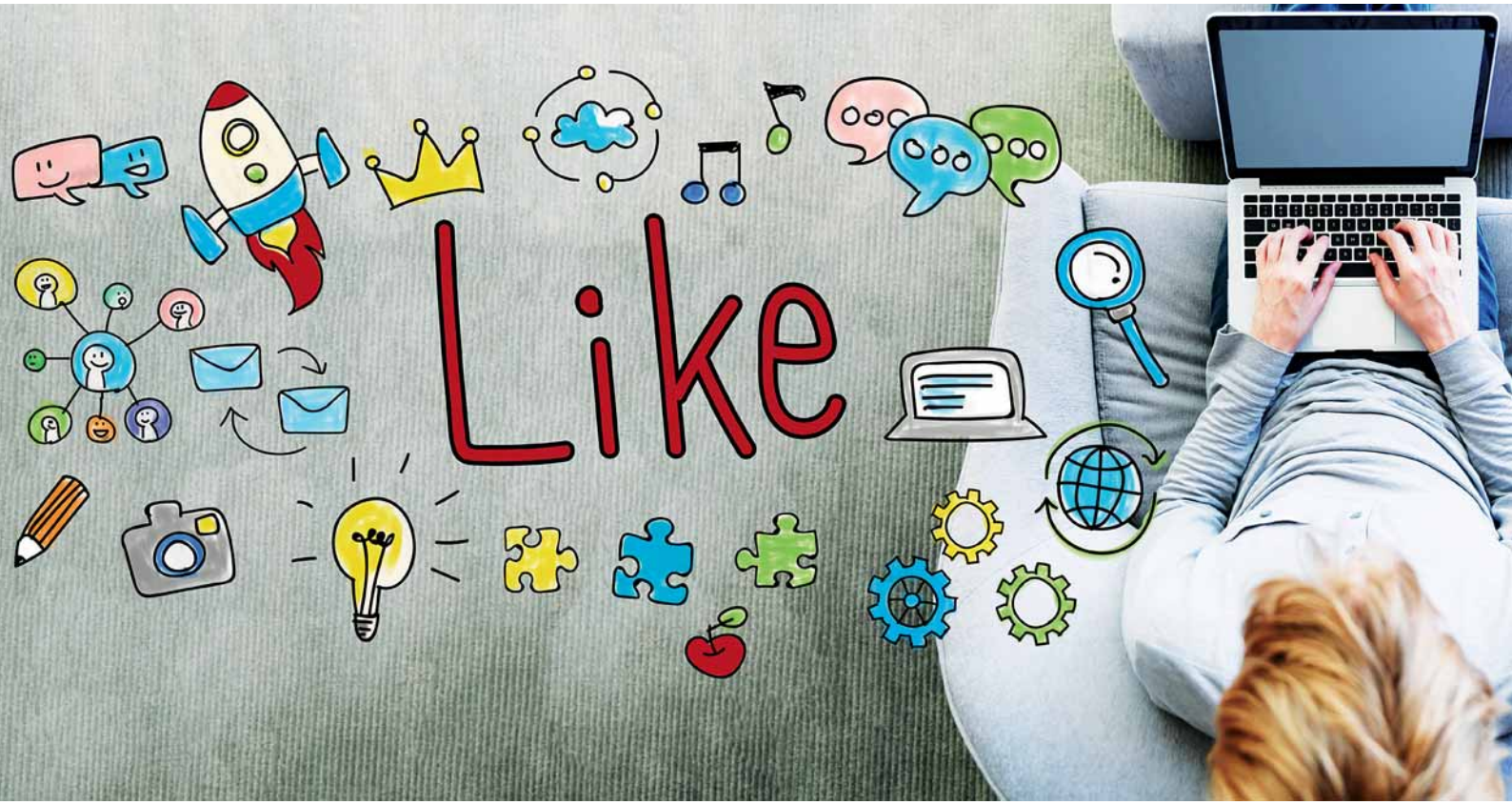
Wer sich mit dem Thema Datenschutz/Datensicherheit beschäftigt, stößt schnell auf die Notwendigkeit der strikten Einhaltung von Prinzipien, Regeln und Dokumentationen. Wie sind gesetzeskonforme Zutritt- und Zugriffsberechtigungen auf sensible Daten sichergestellt? Wer darf wann und wie personenbezogene Informationen überhaupt einsehen? Minimalprinzip, Whitelist und Opt-In Regeln führen zwar manchmal zu Diskussionen und werden nicht von jedem geliebt, haben sich aber an vielen Stellen bewährt und ernten bei Audits oder Penetrationstests immer wieder viel Lob.

marketwing arbeitet seit Jahren mit modernsten elektronischen Lösungen inkl. permanentem Logging und Auditing. Hochentwickelte Netzwerk- und Firewallsysteme strukturiert über VLans für verschiedene Produktionsbereiche, eine zentrale redundante Datenablage und der Einsatz aktuellster Virtualisierungs- und Speichertechniken garantieren jederzeit die Grundsätze der Datensicherheit, Vertraulichkeit, Integrität, Verfügbarkeit und Ausfallsicherheit.

Gerade der Transfer sensibler Informationen birgt jedoch Risiken. marketwing hat als Auftragsdatenverarbeiter eine ganze Reihe von Inhouse-Lösungen entwickelt, um fast 100 % aller DV-Prozesse autark durchführen und häufige Datenübertragungen vermeiden zu können. Lässt sich ein Datenaustausch einmal nicht umgehen, nutzen und empfehlen wir spezielle zertifizierte Portale (z. B. Private-Clouds), mit denen verschlüsselte Daten sicher geteilt werden können.

Unser Tipp: Gehen Sie positiv an das Thema Datensicherheit heran. Aus eigener Erfahrung wissen wir, dass das Lob eines Datenschutzbeauftragten nach einem umfangreichen Audit Ansporn für wichtige Weiterentwicklungen und Ergänzungen sein kann! Für viele Non-Profit-Organisationen macht es Sinn, das Thema Database-Fundraising gemeinsam mit einem vertrauensvollen Partner anzugehen. Sprechen Sie uns gern an.

Rainer Semisch, Leiter IT marketwing GmbH



Kaum Aufstieg

Soziale Ungleichheit ist schwerer zu bekämpfen als erhofft

Die Erkenntnis ist bitter: Das zentrale Versprechen der sozialen Marktwirtschaft, nach dem sozial aufsteigen kann, wer sich anstrengt und sich bildet, wird trotz anhaltend guter Wirtschaftsentwicklungen in Deutschland immer seltener eingelöst. Zu dem Ergebnis kommt das aktuelle Jahresgutachten des Paritätischen Gesamtverbandes. Armut und wachsende soziale Ungleichheit seien mit Chancengleichheit und sozialer Aufwärtsmobilität nicht vereinbar. Deshalb fordert der Paritätische eine „Agenda des Sozialen", die eine nachhaltige Bildungsoffensive, einen sozialen Arbeitsmarkt, eine bedarfsgerechte Anhebung der Regelsätze in Hartz IV sowie eine durchgreifende Rentenreform enthalten muss. Um dies zu finanzieren, sei ein konsequentes Umsteuern in der Steuerpolitik unumgänglich.

▶ www.paritaet.org

Ein-Cent-Spende

Deutschlands Bevölkerung wäre durchaus zum Spenden bereit

Eine aktuelle Umfrage der PPRO Group belegt eine grundsätzlich hohe Spendenbereitschaft in Deutschland. Der Payment-Spezialist hat über 1000 Bundesbürger gefragt, ob sie für jede bargeldlose Transaktion, die sie persönlich tätigen, automatisch einen Cent für einen guten Zweck spenden würden. 60 Prozent wären dazu bereit.

Würde also zu jeder Online-Transaktion automatisch ein Cent als Spende hinzuaddiert, bedeutete das für jeden Verbraucher in Deutschland bei durchschnittlich 284 bargeldlosen Transaktionen pro Kopf im Jahr gerade einmal eine zusätzliche Ausgabe von 2,84 Euro. Bei rund 69 Millionen erwachsenen Einwohnern (über 18 Jahre) in Deutschland ließe sich dadurch eine Spendensumme von knapp 200 Millionen Euro erzielen, die für gemeinnützige Zwecke eingesetzt werden könnte.

▶ www.ppro.com/de

Kurzgefasst …

Erbschaftsstudie

Vier von zehn Deutschen, die selbst etwas vererben wollen, schätzen den Wert der Erbmasse auf mindestens 100 000 Euro, jeder fünfte sogar auf mehr als eine Viertelmillion Euro. Und jeder zweite Deutsche plant, etwas zu vererben. So die Ergebnisse einer repräsentativen Studie der Quirin Privatbank in Zusammenarbeit mit dem internationalen Marktforschungsinstitut YouGov Deutschland.

▶ www.quirinprivatbank.de

Kritik an Amazon

Das Amazon-Programm „Smile", bei dem bei einem Kauf 0,5 Prozent des Preises an eine gemeinnützige Organisation nach Wahl gespendet werden, ist in die Kritik geraten. Die Organisation Foodwatch teilte mit, dass sie im Vorfeld nicht gefragt wurde, ob sie die Spenden annehmen würde, und lehnt diese als Reaktion darauf ab. Der Deutsche Fundraising Verband äußerte sich in einer Stellungnahme ebenso kritisch.

▶ www.fundraisingverband.de

Geldwäschegesetz

Unternehmen, Vereine und Stiftungen müssen künftig über ein neues Transparenzregister offenlegen, welche natürlichen Personen die Eigentümer sind. Damit soll der Missbrauch von Personengesellschaften und Trusts zur Geldwäsche, Steuerhinterziehung und Terrorismusfinanzierung verhindert werden. Soziallotterien sind aus dem Anwendungsbereich des Geldwäschegesetzes ausgenommen.

▶ www.bundestag.de/dokumente/textarchiv

Spendenrückgang bei der Berliner Tafel

Der Berliner Tafel e. V. bekommt weniger Geldspenden, nachdem bekannt wurde, dass in einer der 45 Ausgabestellen Lebensmittelspenden veruntreut worden waren. Vor allem würden weniger Kleinspenden zwischen fünf und zehn Euro eingehen; insgesamt liege der Rückgang im vierstelligen Bereich täglich, sagte die Vorsitzende der Berliner Tafel, Sabine Werth, einem Bericht des RBB zufolge.

▶ www.berliner-tafel.de

Stiftungswachstum

In der Schweiz sind im vergangenen Jahr 349 gemeinnützige Stiftungen neu gegründet worden und 168 wurden liquidiert. Das entspricht in etwa den Veränderungen des Vorjahres. Die Zahl der Stiftungen in der Schweiz Ende 2016 betrug 13 172.

Knapp 87 Prozent der Stiftungen werden von ehrenamtlichen Geschäftsführern geleitet. Alle Zahlen sind im Schweizer Stiftungsreport 2017 nachzulesen.

▶ https://ceps.unibas.ch/publikationen/ceps-forschung-und-praxis

Bedingungsloses Grundeinkommen

Jeder zweite Deutsche (52 %) ist für die Einführung eines bedingungslosen Grundeinkommens. Nur jeder fünfte (22 %) spricht sich dagegen aus. Das ergab eine aktuelle länderübergreifende Studie des Markt- und Meinungsforschungsinstituts Ipsos. Im internationalen Vergleich liegt Deutschland damit hinter Serbien und Polen, wo 67 beziehungsweise 60 Prozent der befragten Personen ein universelles Grundeinkommen befürworten. Am wenigsten Fürsprache erhält das Grundeinkommen in Spanien (31 %) und Frankreich (29 %).

▶ www.ipsos.com

Aus der Region

„Aus der Region" ist für deutsche Verbraucher die wichtigste Beschriftung auf Lebensmittelverpackungen. Dies zeigt der „Trendreport Food 2017" des internationalen Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov. Ein Viertel (24 %) der Befragten gab den Herkunftshinweis als wichtigste Information an, auf die sie beim Kauf achten. Jedem Neunten (11 %) ist die Beschriftung „Ohne Gentechnik" wichtig. Jeweils jeder Elfte wählte „Freiland" und „Gutes aus der Heimat" (jeweils 9 %), jeder Zwölfte wählte „Bio" (8 %) als wichtige Verpackungsbeschriftung.

▶ https://reports.yougov.com

Preisverdächtig

„Neue Nähe" lautet der Titel einer Kampagne der Aktion Mensch, im Rahmen derer in einem Video Kinder spielerisch technische Neuerungen kennenlernen, die Menschen mit körperlichen Behinderungen dabei helfen, den Alltag zu bewältigen. Das kann eine Hand sein oder, wie auf dem Foto zu sehen, eine Beinprothese. Durch den spielerischen Zugriff auf diese unbekannten Dinge leben Kinder vor, was Erwachsenen durch Gehemmtheit häufig schwerfällt, nämlich einfach auf den anderen zuzugehen.

Mit der Kampagne hat es Aktion Mensch auf die Shortlist des diesjährigen Dialogmarketing-Preises geschafft, der jetzt Max-Award heißt. Mit dem Preis zeichnet der Deutsche Dialogmarketing Verband die 30 besten Dialogarbeiten des Jahres aus Deutschland, Österreich und der Schweiz aus. Vom 28. August bis 17. September läuft dann das Online-Voting.

▶ www.max-award.de

▶ www.aktion-mensch.de/neuenaehe

Zugang zu über 600 Förderquellen

Fördermittelführer 2017/2018

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

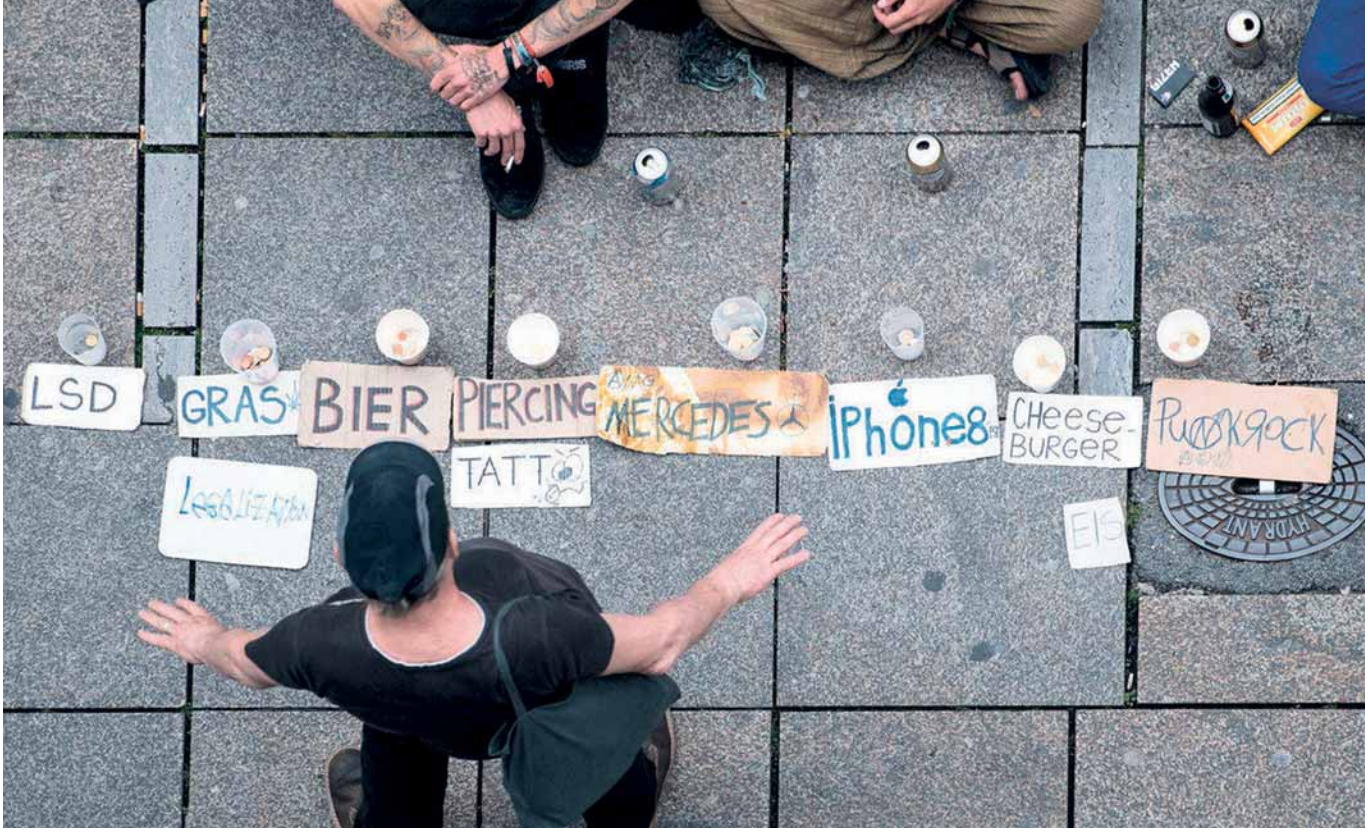
Versandkostenfrei direkt beim Verlag bestellen:

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

Oder im Buchhandel: ISBN 978-3-9814394-5-8

Förderlotse

www.foerdermittelfuehrer.de



So sieht differenziertes Fundraising aus: Man möge sich im Klaren über das oder die Spendenziele sein, möge diese deutlich und unmissverständlich kommunizieren (Stichwort: Spenderansprache) und überfordere den Spender nicht mit zu vielen Optionen. Dann trage man sein Anliegen im nächsten Schritt in die Öffentlichkeit, wobei man sich natürlich direkt dorthin begeben sollte, wo die Zielgruppe sich aufhält. Beispielsweise in einer belebten Straße. Dann klappt Fundraising auch bei Punks. Ob die Deutsche Presseagentur das auch so formulieren würde, wissen wir nicht. Aber Fotograf Marijan Murat erlangte für dieses Bild den 3. Platz bei den dpa-Bildern des Jahres.

Drei Fragen an … Oliver Habboub

Das Spenden-Tool twingle will mobiles Spenden zukunftsfähig machen

? Von twingle hat man in letzter Zeit nicht mehr viel gehört. Was ist der Stand?

Seit 2013 ist twingle Vorreiter beim mobilen Spenden mit NFC. Wir haben uns strategisch weiterentwickelt und bieten nun auch ein innovatives Spendenformular an. Außerdem gab es einen Wechsel in der Geschäftsführung: Mit Dirk Agelek und mir kamen zwei Experten für digitale Produktentwicklung an Bord. Heute steht twingle nicht mehr nur für mobiles Spenden, sondern in einem ganzheitlichen Sinne für die Unterstützung des Fundraisings durch digitale Technologien. Uns geht es um Einfachheit: Spendenwillige können in jeder Situation mit jedem Gerät helfen.

Organisationen können sich kostenlos registrieren und individuelle Spendenwerkzeuge konfigurieren. So komfortabel war digitales Spenden noch nie!

Oliver Habboub …

… ist Interface-Designer mit über 20 Jahren Berufserfahrung in der digitalen Kommunikation und Produktentwicklung. Seit 2016 ist er einer der drei Geschäftsführer von twingle.

? Sie kooperieren mit der GLS Bank. Was bringt das?

Die GLS Bank ist Vorreiter im sozial-ökologischen Bankgeschäft. Wir haben ähnliche Zielgruppen und können uns als Partner gut ergänzen. Die Organisationen profitieren beispielsweise vom voll automatisierten Lastschrifteinzug. Das ist aber erst der Anfang! Mit der GLS Bank – und weiteren Partnern – möchten wir das digitale Fundraising weiterentwickeln und es einfacher und effizienter machen.

? Was wird die Zukunft im Fundrasing sein.

Das Spenden wird sich auf mobile Endgeräte verlagern. Für uns geht es aber in erster Linie darum, ein umfassendes Spenden-Ökosystem zu entwickeln, bei dem wir das digitale Spenden entlang der gesamten User-Journey denken. Heute geht es noch vor allem darum, die Abwicklung von Spenden digital zu unterstützen. Der Fokus liegt auf dem Checkout-Prozess. Zukünftig müssen wir weiter vorne beginnen und gemeinsam mit unseren Partnern auch Möglichkeiten erschließen, die Spendenbereitschaft der Menschen zu erhöhen. Damit öffnen wir eine umfassendere Perspektive auf die Spender.

▶ www.twingle.de

… mit Online-Spenden

Aus Fehlern kann man lernen, dafür muss man sie nicht alle selber machen! Das Fundraiser-Magazin stellt in der Serie „Schöner scheitern" kleine und große Fehler von Fundraising-Aktionen vor.

von KURT MANUS

Als ich von einem Freund angefragt wurde, am neuen Bauprojekt einer lokalen NGO aktiv mitzuwirken, war mir nicht klar, wie viel ich als „Fundraising-Experte" noch lernen würde …

Zuerst stieß ich auf ein begeisterungsfähiges Team aus den verschiedensten Generationen, das wild entschlossen war, den Eigenmittelanteil für den Bau aus Spenden aufzubringen. Bei einer mittleren fünfstelligen Summe schien das auch in absehbarer Zeit machbar. Die NGO war in der Stadt bekannt, und als Fundraiser sah ich natürlich das zusätzliche Potenzial außerhalb von „family & friends" der Vereinsmitglieder.

Wir wollten nicht nur klassisch mit einem personalisierten Spendenbrief um Spenden bitten, sondern auch mit einer Hauswurfsendung und – für die NGO als Premiere – per Internet.

Eine Agentur, die sich ebenfalls ehrenamtlich engagierte, gab es glücklicherweise, denn sonst wären wir bereits an diesem Punkt gescheitert. Ohne Know-how in Websitegestaltung und Programmierung von CMS-Systemen ist es schwierig, eine gut aufgebaute und funktionierende Internetseite fürs Online-Fundraising aufzustellen. Das eigentliche Problem sollten wir erst später bemerken …

Wir hatten ein kostengünstiges Online-Spendenformular von einem der großen Anbieter in die Website integriert. Mit dem Link zur Landing-Page und einem einprägsamen Namen der Kampagne starteten wir die Werbung. Die Aufmerksamkeit war hoch, sogar die Presse druckte den Link ab. So kamen dank der bequemen Zahlungsmöglichkeiten auch schon bald die ersten Online-Spenden rein. Die nötigen Vorlaufzeiten für Paypal und Kreditkarte hatten wir unterschätzt, aber Lastschrift kann ja jeder …

Leider war die Buchhalterin der NGO im entscheidenden Meeting krank gewesen, und so fiel ein folgenschwerer Fehler erst auf, als sie mich eines Tages anrief: „Wie kommen die ganzen Online-Spenden eigentlich auf unser Konto?" Ich dachte, ich habe mich verhört. Lastschrifteinzug war in dieser NGO bisher noch nie ein Thema gewesen!

Nun war guter Rat teuer, denn durch die öffentliche Präsenz des Projektes wurde auch ein ortsansässiger Unternehmer aufmerksam, spendete online eine größere Summe und postete seine gute Tat in den Sozialen Medien. Super, das Geld war im Kasten, aber wir kamen nicht ran. Der ohnehin schon ausgelasteten NGO-Buchhalterin jetzt schnell noch das Prozedere für die Einrichtung des Lastschrifteinzugs aufzudrücken, kam nicht in Frage. Da bot die Hausbank ihr eigenes Spendenformular an. So kam es dann auch: Das Profi-Online-Spendenformular wich einem Spendenformular der Bank. Nun konnten wir die Spenden ohne zusätzlichen Einrichtungsaufwand auf das Konto der NGO buchen lassen. Das Geld war da – Follow-Up, Bedankung und so weiter mussten dann allerdings von Hand geschehen.

Was haben wir gelernt? Nicht nur bis zur Spende denken, sondern bis zum Schluss!

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

DRUCK&SERVICE.

„Spendenmailings sind unser Herzblut, denn sie bewegen Menschen."

Alexandra Sievert-Heidemann
Geschäftsführerin

Adress-Selektion, Personalisierung, Druck, Lettershop, Seminare

Ihr Kontakt zum professionellen Spendenmailing:
Alexandra Sievert-Heidemann
0521-557359-19
Potsdamer Straße 190
D-33719 Bielefeld
www.druck-u-service.de

„Hilfsorganisationen werden

Sie behandeln dort Patienten, wo es keine medizinische Versorgung mehr gibt: Ärzte wie Tankred Stöbe. Der Berliner Notfallmediziner war bereits 17 Mal für „Ärzte ohne Grenzen“ im Einsatz. Nicht immer sind die Helfer willkommen. Mittlerweile ist Stöbe im internationalen Vorstand von „Ärzte ohne Grenzen“. Im Gespräch mit unserem Autor Peter Neitzsch erzählt er, warum er sich trotz der Belastung ein Leben ohne die Hilfseinsätze nicht mehr vorstellen kann.

? Aktuell bitten viele Hilfsorganisationen um Spenden für Länder Ostafrikas und den Jemen. Was sind die Gründe für die Hungerkrise dort?

Meist werden vier Länder in einem Atemzug genannt: Somalia, der Jemen, der Südsudan und Nigeria, speziell der Norden des Landes. Aber die einzige Gemeinsamkeit dieser Länder ist das totale Versagen des Staates: Die Mangelernährung dort ist in erster Linie eine Folge der politischen Krisen und Konflikte. Die andauernden Bürgerkriege führen zum Kollaps der Gesundheitssysteme. Kommt dann noch wie derzeit in Ostafrika eine Dürre hinzu, hat das katastrophale Auswirkungen auf die Versorgung der Menschen.

? Der Zusammenbruch staatlicher Strukturen macht Hilfseinsätze nötig. Gleichzeitig erschwert er die Arbeit der Hilfsorganisationen: Aus Somalia etwa musste sich „Ärzte ohne Grenzen“ zurückziehen.

Unsere Arbeit wird oft durch die Sicherheitsbedingungen vor Ort beschränkt. Das gilt für den Jemen und für Somalia, aber vor allen Dingen auch für Syrien. Aus Somalia haben wir uns 2013 zurückgezogen, nachdem der Respekt vor humanitären Helfern zunehmend verschwand und es auch zu Entführungen kam. Mittlerweile sind wir aber wieder in Somalia aktiv.

? Nach welchen Kriterien wählen Sie die Länder für Hilfseinsätze aus?

Unser wichtigstes Kriterium ist ganz klar die medizinische und humanitäre Notwendigkeit. Danach entscheiden wir, ob und wie stark wir in einem Land tätig werden. Im Jemen sind wir schon seit Jahren relativ stark präsent. Allerdings beobachten wir auch den zunehmenden Verfall des Landes. Die Gesundheitsstrukturen sind vollkommen zusammengebrochen: Der Zugang zu medizinischer Versorgung ist begrenzt und die wenigen Krankenhäuser haben keine medizinischen Geräte und Medikamente mehr. Immer wieder werden auch Kliniken bombardiert. Schon sauberes Wasser ist oft Mangelware. Der Cholera-Ausbruch hat bereits 800 Menschen getötet. Landesweit gibt es mehr als 100 000 Cholera-Verdachtsfälle.

angegriffen und kriminalisiert“

? Welche Hilfe leistet „Ärzte ohne Grenzen“ im Jemen?

Wir betreiben 17 Spezialkliniken in neun von Cholera betroffenen Distrikten. Mehr als 24 000 Patienten haben wir bereits behandelt. Cholera ist eine gefährliche Durchfallerkrankung: Die erkrankten Menschen verlieren so viel Wasser, dass sie innerlich austrocknen. Um diesen Flüssigkeitsverlust auszugleichen, sind oft bis zu zehn Liter Infusionen am Tag nötig, sonst sterben die Patienten innerhalb von wenigen Stunden. Im Grunde genommen – und das ist die gute Nachricht – lässt sich Cholera sehr gut behandeln. Aber dafür braucht es spezielle medizinische Zentren.

? Konflikte und Kriege sind ein Grund, warum Hilfseinsätze scheitern. Fehlen auch manchmal schlicht die Mittel, um zu helfen?

90 Prozent der Mittel von „Ärzte ohne Grenzen“ sind private Spenden. Da bekommen wir dankenswerterweise sehr viel Unterstützung. Das Problem ist eher der Zugang zu den Regionen, in denen Hilfe nötig wäre. Das ist sehr frustrierend: Wir sehen die Not, aber wir können nicht helfen. In Syrien arbeiten wir nur in wenigen Gebieten, weil wir sonst unsere Mitarbeiter gefährden. Die Konfliktparteien lassen unsere Arbeit nicht zu oder greifen die Helfer sogar an. Solche Angriffe gibt es auch im Jemen, in Afghanistan und im Südsudan.

? Sie waren selbst am Aufbau von Projekten in Libyen, Syrien und dem Südsudan beteiligt. Wie wird so ein Einsatz geplant? Wie entscheiden Sie vor Ort, was nötig ist?

Im Januar habe ich so ein Erkundungsprojekt in Libyen durchgeführt. „Ärzte ohne Grenzen“ ist dort in den Lagern für Flüchtlinge aktiv – in der Hauptstadt Tripolis und in Bengasi, der zweitgrößten Stadt im Osten des Landes. Meine Aufgabe war es, in der Mitte des Landes zu erheben, ob es dort, rund um die Stadt Misrata, Bedarf an medizinisch-humanitärer Hilfe gibt. Wir haben dann entschieden: Hier müssen wir etwas tun. „Ärzte ohne Grenzen“ ist in der Lage, sehr schnell medizinische Geräte, Medikamente und Mitarbeiter ins Land zu bringen. Bereits im Februar und März konnten wir so ein Flüchtlingslager medizinisch versorgen.

? Libyen entwickelt sich ebenfalls zu einem „failed state“. Wie ist die Lage in den Auffanglagern für Flüchtlinge, die Sie besucht haben?

Ich war erschüttert zu sehen, welche Zustände in den Lagern herrschen. Die Menschen werden dort auf unbestimmte Zeit festgehalten – auf engstem Raum, unter unzumutbaren sanitären Bedingungen, ohne Kontakt nach außen oder Rechtsbeistand. Auch an ausreichend Nahrung und medizinischer Versorgung fehlt es. Das sind unerträgliche Zustände. Ich habe viele Gespräche vor Ort geführt, auch mit den Leitern dieser Lager, um zu verstehen, wie die Menschen dorthin kommen. Das ist oft völlig willkürlich: Die Flüchtlinge werden einfach irgendwo auf den Straßen oder an der Küste aufgegriffen. Diese Lager sind rechtsfreie Räume – auch unser Zugang ist dort nicht immer gewährleistet und muss jeden Tag neu ausgehandelt werden. Flüchtlinge sind in Libyen der Willkür bewaffneter Gruppen ausgesetzt: Manche müssen Zwangsarbeit verrichten oder werden gefoltert, Frauen werden vergewaltigt.

? Auch Außenminister Sigmar Gabriel hat vor kurzem Lager in Libyen besucht. Kennt er die Zustände?

Vor dem Besuch des deutschen Außenministers wurden viele hundert Gefangene in andere Lager verlegt. Was Herr Gabriel zu sehen bekam, waren dann geradezu Bilderbuchverhältnisse. Das war sicher nicht stellvertretend für andere Lager in der Region. Einerseits freut es uns, wenn Politiker in Europa jetzt den Mut aufbringen, nach Libyen zu reisen. Andererseits sind diese Blitzbesuche für wenige Stunden, wo dann deutlich beschönigte Verhältnisse gezeigt werden, nur wenig hilfreich, um die Realität zu verstehen.

? Nordafrika spielt in der Flüchtlingspolitik der EU eine zentrale Rolle als Puffer zu den armen Ländern des Südens. Tragen wir eine Mitverantwortung für die Zustände in den Lagern?

Wer davon spricht, Flüchtlinge nach Libyen zurückzuschicken, weiß nicht, wovon er redet. Allein letztes Jahr sind mehr als 5000 Menschen bei dem Versuch ertrunken, über das Mittelmeer nach Europa zu fliehen. Die Zustände in Libyen sind katastrophal. Die Not der Menschen dort ist so groß, dass ihnen nichts anderes übrig bleibt als die tödliche Fahrt übers Meer. Aber die europäische Politik weigert sich, diesen Menschen eine helfende Hand zu reichen. Für einen der reichsten Kontinente der Welt ist das ein Armutszeugnis.

? „Ärzte ohne Grenzen“ rettet auch mit Schiffen Flüchtlinge aus Seenot. Leisten da private Organisationen, was eigentlich Aufgabe des Staates wäre?

Die europäische Grenzschutzagentur Frontex und andere Institutionen versagen seit Jahren dabei, das Sterben an den europäischen Grenzen zu stoppen. Stattdessen werden jetzt Hilfsorganisationen angegriffen und kriminalisiert. Das ist eine Entwicklung, die uns mit großer Sorge erfüllt. „Ärzte ohne Grenzen“ hat in den vergangenen zweieinhalb Jahren mehr als 60 000 Menschen vor der libyschen Küste aufgenommen. Wer behauptet, wir würden dadurch das Geschäft der Schlepper unterstützen, kennt die Realität nicht. Hätten wir das nicht getan, wären noch mehr Menschen ertrunken. Noch mal: Diese Menschen fliehen vor unzumutbaren Bedingungen, und sie haben keine … ▸

... andere Wahl. Die einzige Fluchtroute, die noch offen ist, ist ausgerechnet die tödlichste – von Libyen über das Mittelmeer nach Italien.

? Sie selbst haben auch auf einem Rettungsschiff auf dem Mittelmeer gearbeitet?

2015 hat „Ärzte ohne Grenzen" damit begonnen, drei Rettungsschiffe im Mittelmeer zu betreiben. Das hat es in der Organisationsgeschichte vorher noch nie gegeben. Ich war im Sommer 2015 auf einem der Schiffe – in nur einem Monat retteten wir 1400 Flüchtende. Oft sitzen mehr als 100 Menschen in diesen seeuntauglichen Booten. Wenn die Rettungsaktion schiefgeht, ertrinken sie schon währenddessen. Deshalb fahren wir nur auf wenige hundert Meter heran – und holen die Schiffbrüchigen dann mit unseren Schlauchbooten. Die meisten Menschen auf diesen Booten können nicht schwimmen. Als Arzt begutachte ich die Geretteten und entscheide, wer sofort versorgt werden muss. Die Schwerkranken müssen teilweise mit dem Helikopter ans Festland gebracht werden, weil sie die zwei Tage und Nächte dauernde Überfahrt nach Sizilien sonst nicht überleben.

? Wie kam es zu Ihrem Engagement für „Ärzte ohne Grenzen"?

Als Notfall- und Intensivmediziner hatte ich mich 2002 bei „Ärzte ohne Grenzen" beworben. Mein erster Einsatz war noch im gleichen Jahr in Myanmar. Mittlerweile war ich mit der Organisation 17 Mal im Einsatz. Dabei habe ich viel Leid und menschliche Tragödien gesehen, aber auch die enorme Widerstandskraft und den Überlebenswillen der Menschen erlebt. In größter Not mobilisieren sie unglaubliche Kräfte, um das eigene Überleben und das ihrer Familie zu ermöglichen. Das sind große menschliche Begegnungen, die auch eine Bereicherung sind.

? Welche Voraussetzungen muss ein Arzt für so eine Arbeit mitbringen?

Ich mache vor allem kurze Einsätze, aber manche Kollegen sind ein Jahr oder länger im Einsatz. Das ist natürlich auch sehr belastend. Schlimm war es während der Bekämpfung der Ebola-Epidemie in Westafrika, als wir wussten: Die Hälfte der Menschen, die wir behandeln, stirbt trotzdem. Da war die Sterbebegleitung der Menschen fast noch wichtiger als die medizinische Betreuung. In so einer Situation muss man mit Frustration umgehen können und sich im Klaren darüber sein, dass die Hilfe immer nur auf ein paar wenige Menschen beschränkt bleibt.

„Ärzte ohne Grenzen" hat in den vergangenen zweieinhalb Jahren mehr als 60 000 Menschen vor der libyschen Küste aufgenommen. „Die Not der Menschen dort ist so groß, dass ihnen nichts anderes übrig bleibt als die tödliche Fahrt übers Meer."

? Gibt es auch Kollegen, denen Sie von einem Einsatz abraten?

Das ist so eine individuelle Entscheidung, da kann ich gar keine allgemeinen Ratschläge geben. Es gibt auch gar nicht so viele Menschen, die sich für eine solche Arbeit entscheiden – auch in meinem direkten Umfeld nicht: Da lässt sich eigentlich kaum ein Kollege oder Freund von meinem Enthusiasmus anstecken. Die Entscheidung für Hilfseinsätze ist ja auch immer ein bedeutender biografischer Einschnitt.

? Sehnen Sie sich manchmal nach einer ruhigen Tätigkeit mit geregeltem Feierabend?

Die Hilfseinsätze sind ein so wichtiger Bestandteil meines Lebens geworden, dass ich mir gar nicht mehr vorstellen kann, das nicht zu tun. Es kommt ja oft die Frage, wie man das aushält. Aber ich empfinde die Einsätze auch immer als eine gute und intensive Erfahrung. Als ein Heraustreten aus der Ohnmacht, die wir hier oft erleben: diese Hilflosigkeit, durch die Medien Konflikte mitzuerleben und nichts tun zu können. Da kann ich als humanitärer Helfer einen – natürlich nur ganz, ganz kleinen – Beitrag leisten. Aber ich bin dann vor Ort und kann mit den Betroffenen reden und ihnen medizinisch helfen.

? Für die Menschen, denen Sie helfen, ist dieser „kleine" Beitrag aber unendlich wertvoll.

Das ist sicher richtig. Bei aller Kritik, dass kurzfristige Nothilfe nicht nachhaltig sei: Wenn ich einem kleinen Kind das Leben rette, ist das für dieses Kind sogar sehr nachhaltig. Deshalb wünsche ich mir auch, dass sich noch viel mehr Menschen für unsere Arbeit begeistern. ◘

▶ www.aerzte-ohne-grenzen.de/spende

Spendenhilfsdienst
digital & menschlich

Erfahrene Fundraiser für Ihren Erfolg

Unser Angebot:

- In- & Outbound-Telefonie
- Beratung und Schulung
- Mobiles Telefonstudio
- Chat-Service NEU

Rufen Sie uns an:

Deutscher Spendenhilfsdienst – DSH GmbH
Köln: 0221 / 990 1000
koeln@spendenhilfsdienst.de

Deutscher Spendenhilfsdienst Berlin GmbH
Berlin: 030 / 232 553 000
berlin@spendenhilfsdienst.de
www.spendenhilfsdienst.de

Deutscher Spendenhilfsdienst

Vom Sofa aus die Welt retten?

Schmerzfreies Spenden und Kaufen

Immer mehr Verbraucher konsumieren nicht nur bewusster, viele spenden dabei auch noch – und das scheinbar ohne höhere Kosten. Das sogenannte Painless Giving nutzt unser schlechtes Gewissen. Seite 18

Blogs verbessern Spenderbindung

Was sind die Erfolgsfaktoren des Relationship-Fundraisings? Wie gelingt es vor allem Kinderhilfswerken, Spender nachhaltig an die eigene Organisation zu binden? Mit Storytelling, Dialog und crossmedialer Vernetzung zum Erfolg. Seite 20

Nur Challenges, Pranks und Titten?

Sind das die Spender von heute? Schüler, Auszubildende, Studenten, Menschen zwischen 18 und 25 Jahren zählen nicht unbedingt zur spendenrelevanten Zielgruppe für NGOs. Das könnte sich bald ändern, denn YouTube-Communities entwickeln Eigeninitiative. Webvideostars starten Social Campaigns auf YouTube und Twitch oder zocken für den guten Zweck. Seite 22

Unkompliziert helfen

Auf privatem Weg gelangen deutsche Spenden in eine ungarische Diakonie. Matthias Christian Schanzenbach fährt seit 15 Jahren regelmäßig nach Ungarn. Gemeinsam mit seiner Frau Eva unterstützt er eine Behindertenwerkstatt mit Hilfsgütern und kauft deren Produkte. Alles auf eigene Rechnung. Seite 24

Crowdfunding für „Unkraut“

Eine deutsche Initiative engagiert sich seit Längerem dafür, dass Senegals stark wachsendes Schilf wirtschaftlich genutzt wird. Heidi Schiller und ihr Team haben gezeigt, dass auch bei diesem Thema Crowdfunding erfolgreich eingesetzt werden kann. Seite 26

Aus dem deutschen Einzelhandel schon nicht mehr wegzudenken ist die Initiative „Deutschland rundet auf".

Schmerzfreies Spenden und Konsumieren

Vereine sollten sich genau überlegen, ob sie ins Painless Giving einsteigen

„Unser Konsum ist Macht, und die sollten wir nutzen" postulierte Hannes Jaenicke, Schauspieler und Umwelt-Aktivist, schon 2010 auf Utopia.de, einem Netzwerk für nachhaltigen Konsum. Immer mehr Verbraucher konsumieren allerdings nicht nur bewusster, viele spenden dabei auch noch und das scheinbar ohne höhere Kosten. Das sogenannte Painless Giving nutzt unser schlechtes Gewissen.

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Wir spenden, um unser Gewissen zu beruhigen. Viele Studien zeigen, dass wir damit versuchen, ein positives Selbstbild zu behalten, um Dissonanzen zu vermeiden. Sei es durch den Kauf der Bio-Eier statt aus der Legehennenbatterie oder eben durch die kleine Zugabe für ein WWF-Projekt, wenn wir unseren Biervorrat auffüllen. Konsum macht viele Menschen heute nachdenklicher als noch vor einem Jahrzehnt. Wir glauben, um die Haltungsbedingungen für Nutztiere, Arbeitsbedingungen von Näherinnen in Bangladesch oder der Kaffeebauern in Guatemala zu wissen. Fair Trade, Bio-Siegel, nachhaltige Konsumtipps in der Tageszeitung, all das soll uns zu besseren Menschen machen, die mit gutem Gewissen leben. Die Grundlage dafür haben nicht zuletzt auch NGOs mit ihren Awareness- und Aufklärungskampagnen gelegt.

NGOs als Etikett

Doch genau die geraten mittlerweile ins Hintertreffen, denn den Trend zum Painless Giving bestimmen nicht sie, sondern die Unternehmen. Kein Wunder, sind doch Konsumenten bereit, für das gute Gewissen auch mehr auszugeben. Da werden austauschbare Produkte wie Wasser, Bier, Energie oder Flüge, die früher nur durch ihre Marke auseinanderzuhalten waren, plötzlich emotional aufgeladen. Wer seine „gute Reise" bucht, macht das heute eben klimaneutral und pflanzt gleich mal ein paar Bäume in den brasilianischen Urwald. Kontrolle, Beschäftigung mit dem Projekt, Folgekosten? Fehlanzeige! Wir beruhigen unser Gewissen und delegieren es einfach. Es kostet ja kaum mehr. Und NGOs dienen als austauschbare Abziehbildchen für diese Kampagnen, wenn sie nicht aufpassen und die Inhalte nicht mitbestimmen.

Dieses Lebensgefühl wurde durch das Online-Shopping noch beschleunigt. Die schöne neue Welt des Affiliate-Marketing macht uns unschlagbare Angebote. Portale wie Bildungsspender, gooding, Schulengel und andere bieten an, bei einem Einkauf über ihre Plattform Geld an gemeinnützige Projekte unserer Wahl zu spenden. Monetär beruht das auf Prämien, welche die Firmen bezahlen, wenn über solche Portale ein Kauf vermittelt wird. Mitgliederstarke Sportvereine oder Schulen haben das schon als spannendes Modell entdeckt, Gelder zu erwirtschaften. Fast sechs Millionen Euro hat allein Bildungsspender seit seinem Start 2009 an Gemeinnützige ausgeschüttet. Statt wie bei einer Spende auf Konsum zu

verzichten oder sich bewusst verantwortlich zu verhalten, wird beim Painless Giving Konsum gelebt. Für die Vereine ist das alles andere als schmerzfrei, denn sie müssen regelmäßig Werbung machen, um ihre Afilliate-Shops am Laufen zu halten.

Spenden ohne Reue

Seit dem letzten Jahr gibt es mit „goood" den ersten sozialen Mobilfunkbetreiber Deutschlands. Dessen Social-Business-Modell verspricht den Kunden für das ebenfalls austauschbare Produkt „Telefonvertrag" einen Zusatznutzen durch Spenden an NGOs, über die der Kunde mitentscheiden darf. Hier wird nicht nur ein Produkt emotionalisiert, sondern gleich die Basis für ein ganzes Geschäftsmodell gelegt. Man darf gespannt sein, mit welchem Erfolg. Ganz neu ist auch die Kooperation von Help direct e.V. mit verschiedenen Streaming-Diensten, die sogenannte „HelpTracks" bereitstellen. Jedes Abspielen führt zu Gebühren und damit Spenden für verschiedene Themen.

Aus dem deutschen Supermarkt schon nicht mehr wegzudenken ist die Initiative „Deutschland rundet auf", die sich mittlerweile selbst zu einer veritablen NGO weiterentwickelt hat. Mit dem Satz „Aufrunden bitte!" spenden dort Kunden bis zu zehn Cent für Kinderprojekte in Deutschland direkt an der Kasse. Mittlerweile gibt es mit Bonusspende.de einen Online-Ableger.

In einer Studie von „Deutschland rundet auf" wurden sogenannte Aufrunder nach ihrer Motivation gefragt: „Endlich eine Sache, bei der man etwas mit geringem Aufwand tun kann", hieß es da. Interessant auch, dass 21 Prozent der Aufrunder noch nie vorher gespendet hatten. Entsteht hier also ein neues Potenzial für das Fundraising von NGOs?

Auf den ersten Blick ja. Das einfache Spenden kleinerer Beträge könnte zu einer gelebten Tradition werden, braucht aber fast immer die Unternehmen, die den Konsum am Point of Sale steuern. NGOs können diesen Trend also nicht selbst bestimmen.

Keine Spenden

Außerdem steht Painless Giving in einem Widerspruch zum Charakter der Spende – der Uneigennützigkeit. Oft sind es deshalb auch keine Spenden, sondern gehören als Einnahme in den wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb des Vereins. Beim Painless Giving steht nicht das Thema der Spende im Mittelpunkt, sondern das Einkaufen. Wenn Konsumenten also den weniger Privilegierten durch ihren eigenen Konsum helfen, erinnert das eher an Almosen als an eine Spende. Eine Investition in diesen Bereich will von Vereinsseite nicht nur deshalb in ethischer Hinsicht gut überlegt sein, sondern ist auch eine Kostenfrage.

BEGE
ISTE
RN

Fundraising wird mit Herz gemacht

Teilen Sie Ihre Begeisterung mit Ihren Spendern

„Wenn du Menschen fischen willst, häng dein Herz an eine Angel", heißt es. Erfolgreicher Spendenwerbung gelingt es, Menschen für eine Sache zu begeistern. Genau das tun wir bei der GFS Fundraising Solutions GmbH. Wir helfen Ihnen, Ihre Begeisterung mit anderen zu teilen. So erreichen Sie das Herz Ihrer Spender.

GFS
Einfach Fundraising.

GFS Fundraising Solutions GmbH
Linzer Straße 21 · 53604 Bad Honnef · www.gfs.de
Rufen Sie uns an: 02224 - 918 250
Schreiben Sie uns: info@gfs.de

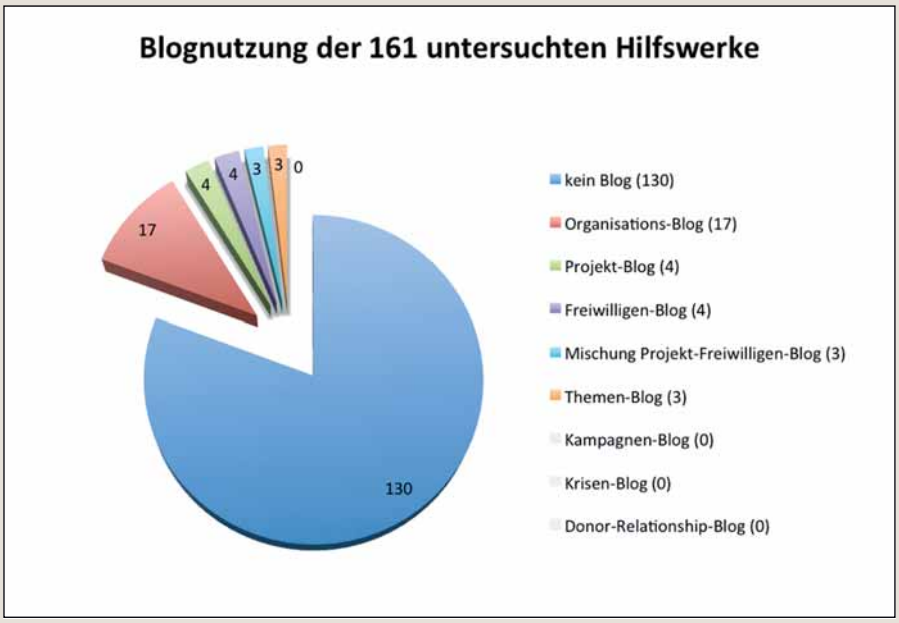
Blogs verbessern Spenderbindung

Mit Storytelling, Dialog und crossmedialer Vernetzung zum Erfolg

Spenderbindung wird durch veränderte Rahmenbedingungen im Non-Profit-Sektor immer essenzieller. Sie garantiert Planungssicherheit in einer Zeit, in der die Anzahl der Privatspender sinkt, die durchschnittlichen Spenden jedoch steigen und immer mehr Organisationen sowie hybride NPO um die Aufmerksamkeit der Förderer werben.

Von CAROLINE LAUHOFF

Was sind die Erfolgsfaktoren des Relationship-Fundraisings? Wie gelingt es vor allem Kinderhilfswerken, Spender nachhaltig an die eigene Organisation zu binden? Abgeleitet aus den Determinanten der Kundenbindung im kommerziellen Bereich haben Vertrauen, Zufriedenheit und Commitment der Förderer den größten Einfluss auf ihre Loyalität. Der einzige Weg, diese aufrechtzuerhalten, führt aufgrund der großen räumlichen Distanz zwischen Spender und hilfsbedürftiger Zielgruppe über Kommunikation – im Sinne von Informationsbereitstellung und Dialog. Dafür eignen sich neben Website und Facebook im Rahmen der Onlinekommunikation vor allem Blogs. Aufgrund der Selektivität, Aktualität und Länge der Inhalte werden sie gezielt von Menschen mit hohem Interesse an der Thematik angesteuert und sind daher eher für die Spenderbindung als für die Neuspenderakquise geeignet. Sie können zudem als Ausgangsmedium und Contentgenerator für die crossmediale Vernetzung genutzt werden sowie Einfluss auf das Agenda-Setting nehmen.



Die hier üblichen Autorenprofile und der lockere Schreibstil stärken das Vertrauen, indem sie der Organisation ein persönliches Gesicht verleihen und der Anonymität im Netz entgegenwirken. Die Zufriedenheit der Spender wird zudem durch das Gefühl einer lückenlosen Informationsversorgung durch den chronologischen Aufbau sowie einem Archiv gewährleistet.

Den größten Unterschied zur Website bringt die Kommentarfunktion durch ihr Dialogpotenzial mit. Durch Austausch und den persönlichen Kontakt zu Mitarbeitern entstehen soziale Beziehungen, die das Gefühl gegenseitiger Verpflichtung im Sinn des Commitments erzeugen und einen Spendenabbruch erschweren.

Die Eigenschaften von Blogs bieten also Potenzial, die drei Erfolgsfaktoren der Spenderbindung zu unterstützen. Doch welche Bloginhalte sind in der Phase nach der Erstspende relevant?

Die Rechenschaftslegung bezüglich der Mittelverwendung und eine regelmäßige Projektberichterstattung der Mitarbeiter vor

Ort sowie freiwilliger Helfer als besonders authentische Autoren wirken vertrauensfördernd. Auch die Integration von Testimonials, die bereits Vertrauen bei den Lesern genießen, tragen zur Bindung bei.

Der öffentliche Dank, lokale Bezüge und Erfolgsberichte bestärken die Förderer in ihrer Spendenentscheidung. Sie befriedigen die Bedürfnisse nach Anerkennung, Zugehörigkeit und Einflussnahme – zum Beispiel auf die Verbesserung der Situation notleidender Kinder. Besonders gut kann in Blogs normative und emotionale Verbundenheit erzeugt werden – über zur Interaktion auffordernde Beiträge sowie über Storytelling im Sinn der Darstellung von Einzelschicksalen. Denn Menschen spenden an Menschen, nicht an abstrakte Probleme.

Der tatsächliche Einsatz von Blogs erfolgt jedoch bisher eher zögerlich. Unter allen 161 Organisationen, die sich im Bereich der Kinder- und Jugendhilfe engagieren und das DZI-Spendensiegel besitzen, integrieren 31 Hilfswerke (19 %) einen Blog in ihrer Kommunikationsstrategie (Stand: 09/2016).

Der zögerliche Einsatz liegt einerseits an fehlenden finanziellen Mitteln, andererseits aber trägt die ungeeignete Messung ihres Erfolgs dazu bei. Statt ihren Nutzen an der Anzahl direkter Online-Spendenabschlüsse zu bewerten, sollte dieser mehr an Zugriffszahlen und vor allem an der Qualität des öffentlichen Dialogs gemessen werden – ihrem größten Potenzial und Grundlage jeglicher Spenderbindung.

Die 31 Hilfswerke, die einen Blog betreiben, haben jedoch das Potenzial spenderbindender Inhalte erkannt und veröffentlichen regelmäßig Beiträge. Allerdings spielen Interaktion und Dialog aufgrund fehlender Aufforderung und Response von Seiten des Hilfswerkes immer noch eine untergeordnete Rolle. Blogs bleiben damit oft statisch wie Webseiten.

Wenn jedoch aus Monolog konstruktiver Dialog mit Spendern wird und Vernetzung sowohl innerhalb der Blogosphäre als auch crossmedial erfolgt, kann aus einem Blog ein Ausgangsmedium der Spenderbindung werden. Das funktioniert allerdings nur, wenn hierarchische Strukturen innerhalb der Organisationen weiter aufgeweicht und Ressourcen mobilisiert werden.

Caroline Lauhoff hat 2016 ihren Bachelor in Medienwissenschaft & Wirtschaftswissenschaften mit einer Thesis zu Onlinekommunikation via Blogs im Fundraising bei Kinderhilfswerken erfolgreich abgeschlossen. Seitdem arbeitet sie als Content- und Social-Media-Managerin bei Yellowtree, einer Design- und Digitalagentur für For- und Non-Profit-Organisationen in Siegen.
▶ www.yellowtree.de

GRÜN SOFTWARE AG

Neues GRÜN VEWA7 im modernen Design und mit neuen Funktionen

Neu: Native App GRÜN mVEWA

GRÜN Software AG | Pascalstraße 6 | 52076 Aachen | Tel 0241 18 900 www.gruen.net

Screenshot Friendly Fire 2

Nur Challenges, Pranks und Titten?

Webvideostars starten Social Campaigns auf YouTube und Twitch

Schüler, Auszubildende, Studenten, Menschen zwischen 18 und 25 Jahren zählen nicht unbedingt zur spenden-relevanten Zielgruppe für NGOs. Das könnte sich bald ändern, denn die YouTube-Communities entwickeln Eigeninitiative.

Von DANIELA MÜNSTER

Im Juni wurden in Düsseldorf wieder die Deutschen Webvideopreise verliehen. Mit allem, was eine „Oscar"-Verleihung ausmacht – roter Teppich, kreischende Fans, Medienrummel … Auch eine Kategorie „Beste Social Campaign" gab es. Moment mal: YouTuber und Charity?

Preise für die besten Sozialkampagnen im Internet erhielten „Friendly Fire 2", „Loot für die Welt 3" und der World Wide Fund For Nature (WWF) für seine #SaveSelous-Kampagne mit den Vloggerinnen Jodie Calussi und Kelly MissesVlog. Besonders „Friendly Fire" und „Loot für die Welt" sind interessant, denn diese Initiativen gingen direkt von den YouTubern und ihren Communities aus. Die Zuschauer sind überwiegend in der Altersgruppe von 18 bis 25 Jahren – jung genug für verrückte Ideen, alt genug für ein eigenes Konto.

„Friendly Fire" startete bereits zum zweiten Mal. Am 3. Dezember 2016 hatten die YouTuber PietSmiet, Gronkh, Pandorya, DerHeider, Fishcop und MrMoreGame ab Samstagnachmittag zwölf Stunden lang live gestreamt. Die Jungs und Mädels um Erik Range alias Gronkh sind vor allem als Let's-Player bekannt – Menschen, die Video-Games spielen, diese kommentieren und das Ganze auf YouTube hochladen. Also wurden zur Unterhaltung der Community diverse Spiele gezockt, aber auch Gesichter geschminkt, viel rumgealbert und dazwischen fleißig um Spenden gebeten. Die Community dachte sich lustige „Strafen" aus, die beim Erreichen bestimmter Spendenstände von den YouTubern abgeleistet wurden. So etwa musste sich Gronkh die Haare färben, und zwar grau. Etwa 90 000 Leute schauten dies gleichzeitig an. 300 000 Euro kamen auf diese Weise aus Zuschauerspenden (200 000 €), Merchandise-Verkäufen und Sponsorengeldern zusammen. Bei der Premiere im Jahr zuvor waren es rund 125 000 Euro.

Spannend verliefen die eigenständigen Aktionen der Community, die spontan über Chat abgesprochen wurden, zum Beispiel #2um12. Hier wollten sämtliche Zuschauer, zu diesem Zeitpunkt etwa 75 000, bis zwölf Uhr je zwei Euro spenden. Es dauerte nicht lange, dass die Paypal-Server ausstiegen und auch die Seiten der Sponsoren Roccat und Getshirt down waren. Kurzerhand weitete

die Community die Aktion um eine Stunde aus: #3um1.

„Loot für die Welt" ist eine ähnliche Spendensammelaktion; diese fand am 18. November 2016 schon zum dritten Mal statt. Der Live-Stream auf der Videoplattform Twitch lief von Freitag 18 Uhr bis Sonntag 18 Uhr, also volle 48 Stunden. Die bekannten YouTuber LeFloid (der mit dem Merkel-Interview), Frodoapparat und die Space Frogs konnten schon auf einige Erfahrung bauen. Beim ersten Mal wurde nach 30 Stunden aus gesundheitlichen Gründen abgebrochen. Diesmal gab es solche Schwierigkeiten nicht. Zusammen mit verschiedenen Gästen wurde gelevelt und gelootet – die Spielecharaktere auf die nächsthöhere Stufe gebracht und emsig virtuelle Beute eingesammelt – und viel Spaß gemacht. Die YouTuber fungierten quasi als Entertainer und animierten die Zuschauer, sich für einen guten Zweck zu engagieren. Mit Erfolg: Gespendet wurden etwas über 85 000 Euro durch Zuschauer im Stream. Weitere 85 000 Euro kamen durch den Verkauf von T-Shirts und Links zusammen sowie durch den Verkauf eines bei Gamern beliebten Schlüsselschwerts aus der Spielereihe „Kingdom Hearts". Mit den insgesamt reichlich 170 000 Euro konnten „Loot für die Welt" ihr Ergebnis vom Vorjahr verdoppeln.

Überraschend oder nicht: YouTuber und ihre Fans bespenden die gleichen Themen wie die Generation ihrer Großeltern. Die Spenden aus „Friendly Fire 2" gingen zu 50 Prozent an den Bundesverband Deutsche Tafel e. V., zu 30 Prozent an den Tierschutzverein Vier Pfoten e. V. und zu 20 Prozent an das Tierheim Herzsprung. Auch „Loot für die Welt 3" spendete zu gleichen Teilen an die Tafeln, Vier Pfoten und die Kinderhilfe e. V.

Gegenüber den Spendenmillionen, die Charity-Galas im Fernsehen einspielen, mögen die engagierten YouTuber noch Luft nach oben haben. Doch das wirklich Interessante sind die Communities. Gaming-Videos sind eine feste Größe auf YouTube. Hier gibt es treue Abonnenten. Gronkh ist seit 2010 auf YouTube und seit 2014 auf dem Livestreaming-Portal Twitch aktiv. Besonders mit den Let's-Plays zum Spiel „Minecraft" wurde er populär. Sein YouTube-Kanal mit 4,6 Millionen Abonnenten war lange Zeit der erfolgreichste in Deutschland. Beliebter ist aktuell nur noch der Fußballkanal freekickerz.

Als YouTube-Trends werden derzeit aber eher Pranks (Streiche) und Challenges gesehen. Weiterhin sind Personality-Clips (Videos von Personen, die sich vor der Kamera selbst mehr oder weniger seriös inszenieren) gefragt. Ob sich hier ebenfalls eine starke Community herausbildet, muss sich erst noch zeigen. Spannend bleibt das Thema Webvideos auf jeden Fall, denn die Zuschauer sind nicht nur die Spender von morgen, sie sind schon die Spender von heute.

Zocken für den guten Zweck

Nicht nur die Videospiele entwickeln sich ständig weiter – auch die Kultur der Gamer. Immer wieder gibt es Events, bei denen Geld für den guten Zweck gesammelt wird. Meist sind das Live-Streams, in denen während eines festgesetzten Zeitraums die Streamer zur Unterhaltung ihrer Community Videogames zocken, während die Zuschauer entscheiden, wie viel und wofür sie spenden.

Es gibt lokale Events wie „Friendly Fire" und internationale wie „Games Done Quick". Bei Letzterem spielen die Teilnehmer verschiedene Spiele schnellstmöglich bis zum Endbildschirm. Für die mehrtägige Aktion treffen sich die Gaming-Profis in einem Hotel. Von dort wird die gesamte Veranstaltung weltweit übertragen. Die Zuschauer verfolgen das Erreichern neuer Weltrekorde und können durch Spenden verschiedene Herausforderungen in den Spielen freischalten oder Spielfiguren benennen. So bleiben Spiele und Spenden bis zum Schluss spannend.

Neben vorhandenen Charity-Aktionen gibt es auch Möglichkeiten, selbst einen Spenden-Stream zu initiieren. Dafür bieten inzwischen mehrere Plattformen Know-how bei Planung und Organisation und im Umgang mit den Spenden an, unter anderem *www.childsplaycharity.org* und *www.extra-life.org*.

(Quelle: Gameswelt)

Gronkh ist Digitalbotschafter der „Aktion Deutschland Hilft"

Als Digital-Botschafter unterstützt Erik Range alias Gronkh das Bündnis „Aktion Deutschland Hilft" mit seiner Bekanntheit bei Spendenaufrufen nach weltweiten humanitären Katastrophen. Das Engagement ist nicht neu – aber die offizielle Bezeichnung „Digital-Botschafter" ist es. Das soll dazu beitragen, in der Gesellschaft noch mehr Aufmerksamkeit für Menschen in Not und für die Humanitäre Hilfe zu schaffen und jüngere Menschen für das Thema zu sensibilisieren.

Zusammen mit seinen Zuschauern hatte Gronkh schon früher die Arbeit der „Aktion Deutschland Hilft" unterstützt – etwa nach dem Erdbeben in Nepal 2015 oder nach den Unwettern in Deutschland im Sommer 2016. Anlässlich seines 40. Geburtstages rief Gronkh in seinen Streams auf Gronkh.tv am 7. und 10. April 2017 erneut zu Spenden für die weltweite Nothilfe der Bündnisorganisationen von „Aktion Deutschland Hilft" auf. Insgesamt kamen durch die Hilfsbereitschaft seiner Zuschauer 35 000 Euro zusammen. 30 000 Euro hiervon erhält „Aktion Deutschland Hilft". Die übrigen 5 000 Euro von Erik Ranges Spendensammlung erhält eine Tierschutzorganisation.

Unkompliziert helfen

Auf privatem Wege gelangen deutsche Spenden in eine ungarische Diakonie

Matthias Christian Schanzenbach aus Dresden fährt seit 15 Jahren regelmäßig nach Ungarn. Gemeinsam mit seiner Frau Eva unterstützt er eine Behindertenwerkstatt mit Hilfsgütern und kauft deren Produkte. Alles auf eigene Rechnung.

Von BEATE ERLER

Matthias Christian Schanzenbach mit den Luther-Rosen aus Piliscsaba in Ungarn.

Er gehört zu keiner NGO und keinem Verein. Er und seine Frau machen alles allein. Wenn sie das Auto mit Hilfsgütern beladen, dann ihren privaten PKW. Auch das Benzin, das die beiden bis nach Ungarn und zurück verfahren, geht auf eigene Rechnung. Die Hilfsgüter sind zum größten Teil Spenden von Freunden und Bekannten. „In Deutschland wird viel weggeschmissen, was woanders noch verwendet werden kann", sagt Matthias Schanzenbach.

Im März waren sie zuletzt in Piliscsaba, einer Kleinstadt in der Nähe von Budapest. Eva Schanzenbach ist dort geboren und weiß, dass ihre Hilfe dringend benötigt wird. In der Nähe des kleinen Ortes gibt es Sägewerke und einige Ableger der Autoindustrie. Viele Werktätige fahren nach Budapest, um ihren Lebensunterhalt zu verdienen. Auch der Behindertenwerkstatt der diakonischen Einrichtung „Fébé" in Piliscsaba geht es nicht gut. Es ist eine gemeinnützige, nicht profitable Einrichtung, die sich um behinderte Menschen kümmert.

Hübsches Holzspielzeug: In der Behindertenwerkstatt werden auch diese Tiere hergestellt.

„Fébé erhält wenig staatliche Förderung in dem katholischen Land, weil sie evangelisch ist", sagt Schanzenbach. Oft fehle es an den einfachsten Dingen: Ein Eimer Farbe, um eine Wand aufzufrischen, Kleidung und Schuhe werden immer gebraucht.

Die beiden Dresdner leben nicht auf großem Fuß, deshalb sind die Möglichkeiten zu helfen begrenzt. Matthias Schanzenbach ist Gästeführer, seine Frau arbeitet in einer Forschungseinrichtung an der Technischen Universität Dresden. Ihr soziales Engagement in Ungarn hat im Jahr 2002 mit dem Elbehochwasser begonnen. Viele seiner Touristenbekanntschaften spendeten damals Geschirr, Kleidung und Haushaltsartikel, die er in Dresden aber nicht loswurde. Da kam ihnen die Idee, die Hilfsgüter der Behindertenwerkstatt zu schenken.

Seitdem fahren sie zwei bis vier Mal im Jahr in den kleinen Ort und bringen ihre Spenden in die Werkstatt. Meist haben sie

Kleidung, Schuhe und Lebensmittel dabei. Wenn es Rabattaktionen gibt, kaufen die Schanzenbachs Saisonware bei Discountern. „Für 200 Euro kriegen wir schon ein paar Tüten voll“, sagt er. Die Kleidung wird dann in der diakonischen Einrichtung in Regale sortiert. Immer wenn einer der Mitarbeiter der Werkstatt ein neues Kleidungsstück braucht, kann er es sich umsonst aus dem Regal nehmen.

In der Werkstatt arbeiten derzeit 14 geistig und körperlich behinderte Menschen. Sie stellen unter anderem einfache Holzspielzeuge her. Immer wenn die Schanzenbachs vor Ort sind, nehmen sie einige der Spielsachen auf eigene Kosten mit. Zuletzt waren es 20 Kisten mit Bauklötzern. Das Geld wird innerhalb der diakonischen Einrichtung verwendet. Außerdem kommen die Produkte aus der ungarischen Werkstatt in Umlauf. Matthias Schanzenbach verteilt

Bauklötzchen aus Handarbeit.

die Spielsachen an Dresdner Kindergärten mit geringem Budget und an Tagesmütter. „So profitieren auch Einrichtungen bei uns, denen es finanziell nicht gut geht“, sagt er.

So läuft es auch bei einem besonderen Projekt, das Matthias Schanzenbach mit Blick auf das diesjährige Lutherjahr angestoßen hat. Er selbst ist großer Fan des Reformators und hatte die Idee, Lutherrosen aus Holz herstellen zu lassen. Die Lutherrose war das Siegel, das Martin Luther ab 1530 für seine Briefe verwendete. Noch heute ist sie das Symbol der evangelisch-lutherischen Kirchen.

Die Behindertenwerkstatt hat einen neuen Auftrag, deren Mitarbeiter seit letztem Jahr die hölzernen Rosen herstellen. Auch die kauft das Ehepaar der Diakonie ab und verteilt sie in Dresden an verschiedene Kirchgemeinden. Ungefähr 100 Stück haben sie bei ihrem letzten Besuch mitgenommen. Bei den Reformationsfeierlichkeiten in Weimar wollen sie die Rosen dann unter den Besuchern verteilen. Ein Hilfsprojekt, das über Landesgrenzen hinausgeht.

frc Spenden MANUFAKTUR
Fundraising Communicators

**Alle reden über Fundraising.
Wir reden mit Ihren Spendern.**

_Neuspender-Begrüßung
_Dauerspendergewinnung
_Upgrade
_Storno-Kampagnen
_Reaktivierungen
_Leads
_DRTV
_Gesundheits-Fundraising
_Nachlass-Fundraising
_Kultur-Fundraising

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

Holger Menze
Geschäftsführer
Spenden Manufaktur,
Vorsitzender QTFR

QUALITÄTSZIRKEL TELEFON-FUNDRAISING

Crowdfunding für vermeintliches Unkraut

Senegals Schilf soll wirtschaftlich genutzt werden

Es wuchert wie Unkraut und gefährdet nicht nur Senegals Wasserwege, sondern mindert auch die Qualität des Trinkwassers. Typha, unter der Familie der Rohrkolben zusammengefasst, bildet innerhalb kurzer Zeit enorme Biomasse. Diese ließe sich potenziell wirtschaftlich vielfältig nutzen. Eine deutsche Initiative engagiert sich dafür seit Längerem und hat gezeigt, dass auch bei diesem Thema Crowdfunding erfolgreich eingesetzt werden kann.

Von RICO STEHFEST

„Wir haben einfach keine alternative Finanzierung bekommen." Wenn Heidi Schiller über ihr Herzensprojekt spricht, merkt man ihr den Durchsetzungswillen sofort an. Bereits seit mehreren Jahren engagiert sie sich für Energie-Projekte im Senegal. Gemeinsam mit dem senegalesischen Umweltministerium sind so bereits mehrere Studien zur potenziellen wirtschaftlichen Nutzung des dortigen Schilfgrases entstanden. Vereinzelte Prototypen zeigen die vielfältige Nutzbarkeit dieser verholzenden Pflanze, die innerhalb von drei Monaten eine Höhe von bis zu drei Metern erreichen kann. Von Holzpellets als Brennmaterial für den Herd bis hin zu Zwischenwänden für den Innenausbau von Häusern ist einiges machbar.

Die Forschungsergebnisse in Sachen Wirtschaftlichkeit des Rohmaterials werden von allen Seiten beklatscht. Nur investieren will darin niemand. Also nahm Heidi Schiller die Sache selbst in die Hand. „Ich hatte einfach Lust, Crowdfunding auszuprobieren", so die Unternehmerin, die auch Mittelständler im Senegal bei Energie-Projekten berät. „Uns war klar, dass wir mit einem Fundingziel von 32 000 Euro direkt an die Decke stoßen, zumal bei einem solchen Thema. Wir wussten, dass wir für so ein klassisches B2B-Projekt nicht die gesamte Summe finanziert kriegen würden." Diese Mischung aus gesundem Realismus und gründlicher Vorbereitung haben die Kampagne die Fundingschwelle erreichen lassen. Fast 28 000 Euro kamen über die Plattform Startnext zusammen. Wie aber ist es ihr gelungen, für dieses Thema 200 Unterstützer zu mobilisieren? Kurz gesagt: Heidi Schiller hat alles richtig gemacht. Sie ist im Kreis der bayrischen Grünen bestens vernetzt und hat sowohl dort als auch bei Freunden und Familie bereits vor der Crowdfunding-Kampagne die Werbetrommel gerührt und so den einen oder anderen „Großspender" überzeugen können. Dadurch hatte die Sache von Beginn an Schwung. Auch hat sich die Hervorhebung als Projekt des Tages spürbar auf die Finanzierung ausgewirkt.

Wie nun aber weiter? Um das Typha effizient ernten zu können, muss das maschinell geschehen. Niemandem ist es zuzumuten, in der tropischen Hitze händisch mit der Sichel ans Werk zu gehen, wenn die Sache tragbar sein soll. Heidi Schiller hat diesen Aspekt bereits abgehakt: Sie hat einen Mittelständler gefunden, der eine Maschine entwickelt hat, die in dem wässrigen Gebiet arbeiten kann. Klein, robust und mit wenig Elektronik. Kopfschmerzen bereiten ihr nur nach wie vor mögliche Konzessionen zur Ernte des Schilfs. „Das ist alles eine rechtliche Grauzone. Die ‚organisation pour la mise en valeur du fleuve', die für die Flüsse zuständig ist, kann keine Konzessionen im Ufergebiet vergeben. Dem Umweltministerium sind die Hände ebenso gebunden", so Schiller. Trotzdem ist mittlerweile vor Ort eine Tochtergesellschaft gegründet worden, die mit den lokalen Behörden zusammenarbeitet. Und solange Heidi Schiller ihre Finger im Spiel hat, gibt es immer eine Lösung. Nur braucht es dafür Geduld. Auch Schilf wächst nicht schneller, wenn man daran zieht.

▶ www.kaito-energie.de

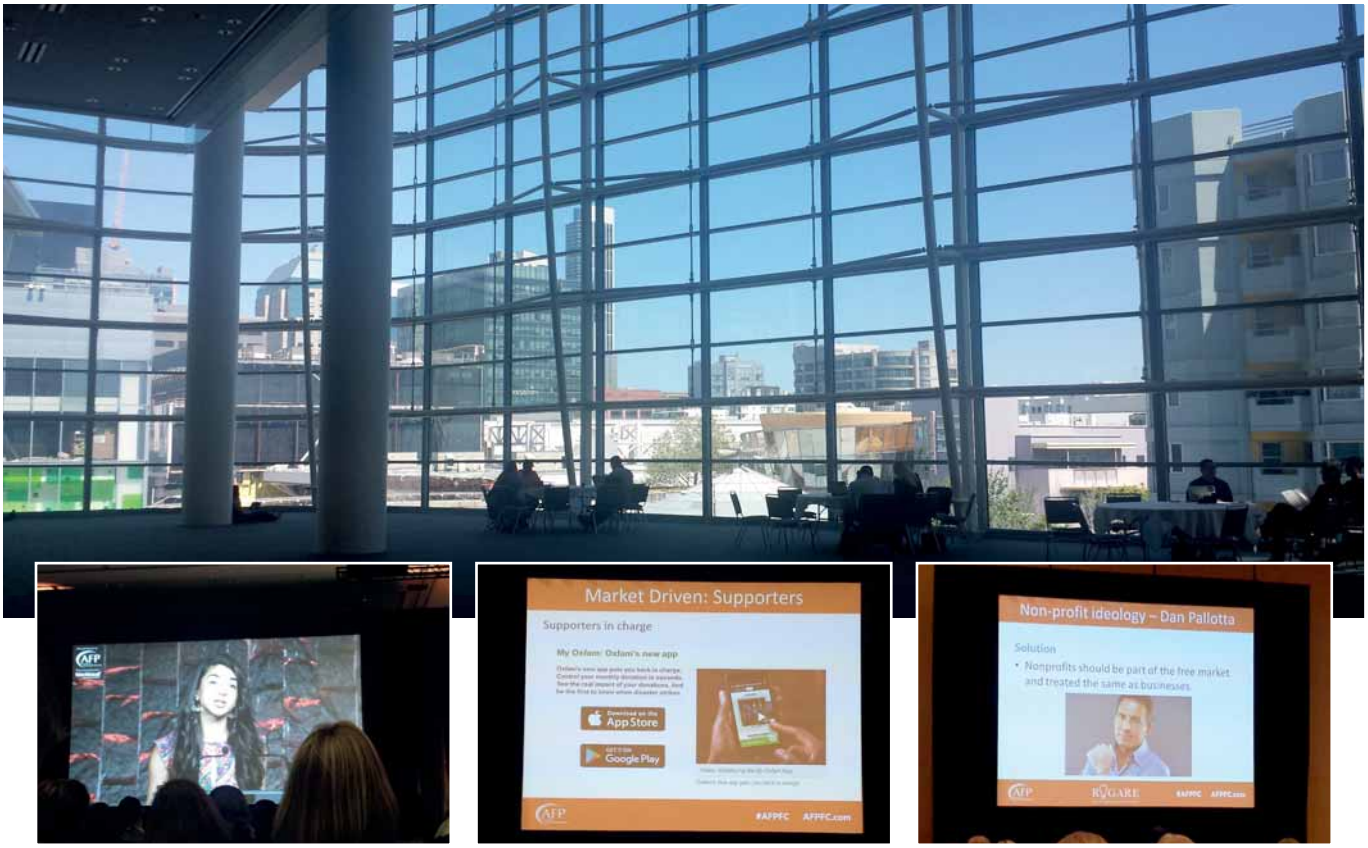
Fundraising-Wahrheit Nr. 4

Wer zuerst mailt, mahlt zuerst.

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

Wir machen Gewinner
Deutscher Fundraising Preis 2016

fundango®
Fundraising ist mehr



Mobile Strategien und Disruptive Change

Ein persönlicher Bericht von der AFP-Conference in San Francisco

Für drei Tage war San Francisco Anfang Mai Austragungsort der diesjährigen internationalen Fundraising-Konferenz der American Fundraising Professionals (AFP). Dabei wurden auch kritische Töne in Sachen Trump-Gebahren hörbar. Für europäische Fundraiser gab es aber noch weitere interessante Einblicke.

Von HOLGER MENZE

Shiza Shahid ist keine Frau der lauten Töne. Die junge Pakistanerin ist eine der einflussreichsten Verfechterinnen internationaler Frauenrechte und stand an der Wiege der Malala-Foundation. Sie hält die Opening General Session der diesjährigen AFP-Conference in San Francisco und zieht ihr Publikum mit einer Mischung aus Zerbrechlichkeit und Willensstärke in ihren Bann. Einen Kontrapunkt bietet da der Schlussvortrag von Cleve Jones, einem Aids-Aktivisten der ersten Stunde, der seit den Zeiten des ermordeten Aktivisten Harvey Milk in San Francisco an vorderster Front für Minderheitenrechte kämpft. Sein flammendes Plädoyer für Gleichberechtigung und sein Aufruf zum aktiven Widerstand gegen die Trump-Administration peitschen die Menge auf und resultieren in minutenlangen Standing Ovations.

Überhaupt ist dieser Kongress sehr politisch, die Gefahren für die Zivilgesellschaft, die Wissenschaft, die Künste und die Solidargemeinschaft durch die erratischen Winkelzüge des egomanischen Präsidenten Trump und seiner Administration werden immer wieder thematisiert.

Ich besuche die AFP-Conference zum ersten Mal und war im Vorfeld sehr neugierig, welche Themen hier wichtig sind und wie diese riesige Veranstaltung in meiner persönlichen Bewertung abschneiden wird. Ähnlich wie beim IFC im niederländischen Noordwijkerhout wird hier netzwerken großgeschrieben. „Find somebody you haven't spoken to yet and exchange business-cards" lautet das Motto der Einführungsveranstaltung für Neulinge wie mich. Und so lerne ich Sacha kennen, die ihren Job aufgegeben und kurzerhand eine Organisation für Frauen mit Polycystic Ovary Syndrome gegründet hat, einer seltenen Krankheit, von der sie selbst betroffen ist. Oder Clive, der eine Sprachschule auf amerikanischem Boden irgendwo an der mexikanischen Grenze betreibt und dessen

Ich besuche die AFP-Conference zum ersten Mal. Alle staunen, dass ich extra aus Deutschland gekommen bin.

Schule wohl schließen kann, wenn einmal die Mauer gebaut wird. Alle staunen, dass ich extra aus Deutschland gekommen bin, und es stimmt ja auch: Sehr international ist das Publikum nicht.

Aber was bewegt sie denn so, die Amerikaner? Der Fokus liegt auf mobilen Kanälen, also auf dem Smartphone. Hierzu gibt es jede Menge Workshops, die von Bannerwerbung über mobile Bezahlsysteme (Kreditkarte!) bis zur heiß diskutierten, preisgekrönten neuen Oxfam-App reichen. Die Oxfam-App gibt dem Spender volle Kontrolle; in nur wenigen Schritten kann er seine Spende up- beziehungsweise downgraden oder gänzlich stornieren. Im Gegenzug bietet die App spontan hochgeladene Videos aus den Projekten und, falls gewünscht, einen Disaster-Alert, ein Benachrichtigungssystem für Katastrophen. Ein Fundraisingerfolg scheint die App nicht zu sein, und das leuchtet mir als Telefon-Fundraiser sofort ein: Telefonische Zusagen zu dauerhaften SEPA-Mandaten wird es mit der App nicht geben, also wird sich die Einlösequote an den üblichen 20 bis 30 Prozent schriftlich vereinbarter Spenden orientieren. Dass die App zur Spenderbindung taugt, glaube ich dahingegen unbenommen. Merkwürdig beim Mobile-Boom finde ich den Fokus auf Einmalspenden; nur vereinzelt höre ich Bestrebungen, sich doch mehr auf die zweite (und somit auch dritte) Spende zu konzentrieren.

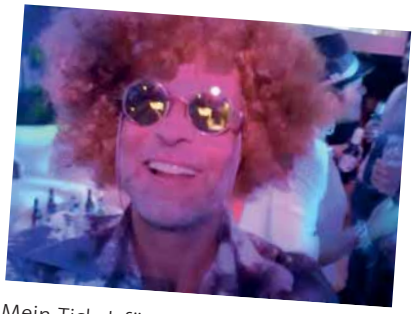
Datenanalyse und entsprechende Fundraising-Software liegen erwartungsgemäß auch in den USA voll im Trend. Logisch, denn hüben wie drüben liegt der Fokus auf der Donor-Journey, die immer differenzierter wird und für die man eine Software braucht, die alle Kleinteiligkeiten berücksichtigen kann. Leadership ist ein anderes großes Thema, das kenne ich jahrein, jahraus auch vom IFC und klar, in einem sich schnell bewegenden Markt sollten die Strategien zur Ansteuerung und Motivation der Mitarbeiter immer wieder überprüft und gegebenenfalls justiert werden. Und man sollte sich gegen kontraproduktive Vorstände durchsetzen. Auch die – welch eine Erleichterung – gibt es anscheinend nicht nur in Deutschland.

Aufbruchstimmung und frischen Wind brachten die „Rebels & Renegades". Die Amerikaner stellen sich und ihre Methoden gerne in Frage.

Und dann sind da noch die „Rebels & Renegades", allesamt hochkarätige Fundraiser, die frischen Wind in das mittlerweile auch nicht mehr ganz neue Thema „Disruptive Change" bringen. Die Amerikaner lieben „Disruptive Change", sie stellen sich und ihre Methoden gerne in Frage, und das gefällt auch mir. In einer bemerkenswerten Session berichten Fundraiser aus dem Publikum von dekonstruktivistischen Fundraisingmaßnahmen, die sie manchmal im Alleingang durchgesetzt und bei denen sie das Lehrbuch gegen die persönliche Bedarfsanalyse eingetauscht haben. Sehr interessant! Hier verbreitet der Kongress auf einmal Aufbruchsstimmung und ähnelt noch am meisten dem rebellischen, innovativen IFC.

Und sonst so? Auch im Herzen von Sillicon Valley funktioniert das WLAN nicht, und das liegt diesmal nicht nur am Veranstalter, sondern am Veranstaltungsort. Zum Glück habe ich mit meinem eigenen mobilen Hotspot vorgesorgt und kann daher auch die gute Kongress-App weiterhin nutzen. Vergessen dahingegen alle deutschen Diskussionen um Kaffee(ersatz) und Schupfnudeln – die AFP-Conference bietet nur ein sehr abgespecktes Rahmenprogramm. An allen drei Kongresstagen gibt es ähnlichen Lunch, den Kaffee in den Pausen muss man kaufen, und Abendveranstaltungen sind kostenpflichtig, so sie denn überhaupt stattfinden. Dafür ist der Kongress mit seinen zum Teil doch sehr hochkarätigen Referenten mit 800 US-Dollar allerdings auch sehr günstig. Angesichts der großen Teilnehmerzahl (im Umlauf sind 3500) ist es wahrscheinlich auch sinnvoller, wenn man seine abendlichen Netzwerkaktivitäten selber anbandelt.

Für Unverdrossene gibt es dann aber doch eine „Summer of Love"-Party mit Kostümwettbewerb, zu dem ich mein Outfit vom IFC 2016 mit gleicher Mottoparty recycle. Gewinnen kann man dort ein Ticket für die nächste AFP-Conference, die 2018 in New Orleans stattfindet. Am Ende des Abends heißt es für mich „New Orleans, here I come!" Und da ist es dann auf einmal, das Amerika der unbegrenzten Möglichkeiten. Ich werde berichten; dann mit mehr Fokus und Vorbereitung.



Mein Ticket für die nächste AFP-Conference 2018 in New Orleans habe ich mit diesem kreativen Motto-Party-Kostüm gewonnen. Ich werde wieder berichten!

Nicht behindert

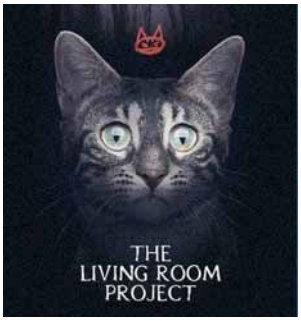
Albert Einstein, John Lennon, Richard Branson – alles Legastheniker. Und an ihren Biografien kann man deutlich ablesen, dass die Lese-Rechtschreib-Schwäche ganz offenbar keine Behinderung ist. Darauf hat im Mai die britische NGO „Made by Dyslexia" aufmerksam gemacht. Sie hat in London einen „Laden" eröffnet, in dem man vermeintlich Samenzellen für ein von Legasthenie betroffenes Baby erstehen konnte. Tatsächlich gab es dort aber Aufklärung. Laut Umfragen denken 80 Prozent der Briten, es handele sich dabei um eine Behinderung. Jetzt sind viele hoffentlich klüger.

▶ www.madebydyslexia.org

Cat Content

Ein Schweizer Streamingdienst generiert mit Tiervideos Spenden

Endlich! Es gibt also doch einen gnädigen Gott! Dass der stundenlange, ungezügelte Konsum drolliger Tiervideos glücklich macht, steht ja bereits seit Jahren außer Frage. Und beliebte Clips gehen nicht selten viral, obwohl, sachlich betrachtet, der jeweilige tierische Vertreter in der Regel nur seiner Natur folgt. Aber wie possierlich! Und so harmlos. Ab sofort kann man derartiges Material noch zusätzlich mit richtig gutem Gewissen genießen. Die Zürcher Agentur Equipe hat für die Stiftung „Tier im Recht" die Plattform Petflix entwickelt. Die namentliche Ähnlichkeit zu einem bereits bestehendem Streamingdienst ist natürlich kein Zufall.



Momentan gibt es 16 Videos zu sehen. Zugriff darauf erhält man durch eine Spende von 15 Schweizer Franken. Optional können 25, 50 Franken oder ein frei wählbarer Betrag gespendet werden. Die einzelnen Videos sind wie Blockbuster aufbereitet, Titel, Musik, Cover und Inhaltsangabe inklusive. Die Sache ist aber natürlich nicht nur just for Fun. Jedes Video bietet zudem Informationen für den Tierschutz.

▶ www.petflix.ch

MEINE MEINUNG

„Wie viel Spaß darf Protest machen?"

Ein Kommentar von RICO STEHFEST

Anlässlich des G20-Gipfels am 7. und 8. Juli in Hamburg gab es bereits im Vorfeld jede Menge öffentliche Äußerungen, Forderungen, Proteste und Aktionen. So auch in St. Pauli. Um die Aktionen finanziell zu unterstützen, wollte man mit einem Schnaps gegen Trump zu Felde ziehen. Die Verbindung ist dabei relativ schlicht: Der US-amerikanische Präsident steht nach wie vor zu seinem Plan, an der Grenze zu Mexiko eine Mauer errichten zu lassen. Nun gibt es in St. Pauli eine Art „Kiez-Schnaps" (mit Tomatensaft) namens – wie könnte es anders sein – „Mexikaner". Der wurde kurzerhand zum „Soli-Mexikaner" umgetauft. Es sollte also ordentlich gebechert werden. Die offizielle Angabe: „Die Spenden aus dem Verkauf gehen komplett in die Aktivitäten gegen den G20-Gipfel." Eine nette Kiez-Idee. Saufen für den Weltfrieden.

Aber unter *www.g20hamburg.org/de/mexikaner* findet sich eine umfangreiche Liste sogar internationaler Kneipen und Lokale, die den Schnaps selbst mixen und damit Spenden sammeln wollen. Was aber passiert jetzt? Der G20-Gipfel ist Geschichte. Weitertrinken? Spaß für einen ernsten Zweck? Zum einen heißt es „Soli-Mexikaner gegen Trump", gleichzeitig aber auch „Der Anti-G20-Solischnaps". Wogegen denn nun? Hauptsache dagegen, sollte das Motto wohl kaum lauten. Sollte man die ganze Sache einfach nicht so ernst nehmen? Das wäre eigentlich schade.

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

Sozialpreis

Gemeinsam leben – so das Motto des neu initiierten Mestemacher Sozialpreises, der vier Projekte mit jeweils 2500 Euro unterstützen will. Gemäß dem Motto stehen dabei offene Lebenskonzepte wie Großfamilien, Mehrgenerationenhäuser und Wohngemeinschaften im Fokus. Dabei soll in den Projekten deutlich sichtbar sein, dass Selbsthilfe, Fürsorge und Förderung aktiv gelebt werden.
Die Bewerbungsunterlagen sind online verfügbar. Bewerbungsschluss ist der 30. September.

▶ www.mestemacher.de/sozial-marketing/gemeinsam-leben

Bargeldlos spenden

In der Offenen Kirche Elisabethen in Basel steht seit Anfang Mai der erste „Spend-O-Mat" der Schweiz. Dieser Schritt ist mutig, halten sich die Schweizer bislang doch eher zurück, was bargeldloses Spenden anbelangt. Die Zielgruppe ist dabei recht großzügig gefasst: Spontane Spender sollen damit genauso angesprochen werden wie ausländische Touristen, bei denen die eventuelle Schwelle eines Währungsumtausches vorhanden sein könnte. Ob das System Schule machen wird, sollte man beobachten. Spenden kann man bereits ab einem Franken. Möglicherweise senkt das generell eine etwaige Hemmschwelle.

▶ www.offenekirche.ch

Musical

Die Goldene Göre des Deutschen Kinderhilfswerkes geht dieses Jahr an das Projekt „Generation Z" aus Bonn. In dem Projekt inszenieren Kinder und Jugendliche ohne professionelle Hilfe von Erwachsenen Musicals für einen guten Zweck. Ausgangspunkte der Musicals sind ein Märchen und ein von den Beteiligten identifiziertes gesellschaftliches Problem, wie beispielsweise die Missachtung von Kinderrechten. Bei den Aufführungen sammeln die Mitwirkenden dann Spenden, um damit Kinder und Jugendliche in Not zu unterstützen.

▶ www.generationz-bonn.de

Fundraising TAGE

TAGUNGEN
ZUR FINANZIERUNG GEMEINNÜTZIGER ARBEIT

WISSEN, INSPIRATION, SPANNENDE GESPRÄCHE
Hier treffen sich Engagierte aus Vereinen und Stiftungen, lernen gemeinsam Neues und tauschen sich fachlich aus. Melden auch Sie sich gleich an!

FACHWISSEN AUS DER AKTUELLEN PRAXIS
Referenten aus Non-Profit-Organisationen oder der Fundraising-Branche vermitteln praktisches, anwendungsorientiertes Wissen aus erster Hand.

KONTAKTE KNÜPFEN UND VERTIEFEN
Sponsoren und Aussteller kommen direkt mit interessierten Vertretern der NGOs ins Gespräch. Nutzen auch Sie diese Gelegenheit!

7. SEPTEMBER 2017
SÄCHSISCHER FUNDRAISINGTAG
an der Technischen Universität Dresden

26. SEPTEMBER 2017
FUNDRAISINGTAG BERLIN · BRANDENBURG
an der Universität Potsdam, Campus Griebnitzsee

INFORMATIONEN UND ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

EINE VERANSTALTUNGSREIHE DES
Fundraiser magazin

Genusshelfer

Der Bremer Gewürzhändler Daniel König unterstützt bereits seit mehreren Jahren mit seinem Unternehmen die Hilfsorganisation Target e.V., mit der Rüdiger Nehberg und seine Frau gegen Genitalsverstümmelung von Mädchen und Frauen in Asien und Afrika vorgehen. Von jedem im Online-Shop verkauften Projekt geht ein Cent an den Verein, je Genusshelfer-Produkt sogar fünf Cent. So konnten in den letzten sieben Jahren bereits fast 60 900 Euro gesammelt werden.

▶ www.bremer-gewuerzhandel.de/genusshelfer

Kein pro bono?

Die Agentur Proboneo hat ihre Arbeit eingestellt

Wer hat behauptet, Engagement für die gute Sache wäre einfach? Wie steinig ein solcher Weg sein kann, hat jetzt auch die Agentur Proboneo erfahren müssen. Seit 2012 hat das Team um Claudia Schluckebier nach eigenen Angaben mehr als 300 Pro bono-Projekte im Wert von über zwei Millionen Euro vermitteln können. Ist doch gut, oder?

Sollte man meinen. Ein solches Konzept, so lobenswert es auch zweifelsfrei erscheinen mag, wird allerdings niemals zum Selbstläufer werden. Zumindest sieht es im Fall von Proboneo so aus. Ein komplexer Finanzierungsmix, langsam anlaufende Kooperationen und die bislang mangelnde Generierung von Umsätzen hat die Macher jetzt die Reißleine ziehen lassen. Proboneo hat Ende Juni seine Aktivitäten eingestellt.

Das bedeutet aber natürlich nicht, dass es jetzt gar keine Form des Engagements mehr gibt. Proboneo hat eine Facebook-Gruppe gegründet, in der man kostenfrei Pro-bono-Bedarfe und -Unterstützungsangebote posten kann. Wer weiß, was sich daraus wieder entwickeln wird.

▶ www.proboneo.de

Gegen Plastikmüll

Das Projekt „Ocean Cleanup“ startet früher als erwartet

Wir berichteten bereits 2014 über das Projekt: Damals hatte der Niederländer Boyan Slat (Foto), heute 22 Jahre alt, per Crowdfunding innerhalb von 100 Tagen ganze zwei Millionen US-Dollar gesammelt, um ein Umwelt-Projekt der größeren Art auf den Weg zu bringen: Ein schwimmendes System soll in den Weltmeeren treibenden Plastikmüll einsammeln und zwischenzeitlich in einem Behälter lagern, bis dieser geleert wird. Soweit das Grundprinzip.

Das konkrete System ist seitdem immer weiter modifiziert und in kleinere Segmente aufgeteilt worden. Bis heute konnten für das Vorhaben insgesamt 31,5 Millionen Euro eingeworben werden. Das hat die Entwicklung dahingehend beschleunigt, dass statt wie ursprünglich geplant 2020 bereits im kommenden Jahr mit dem Einsatz des Systems begonnen werden kann.

Plastikmüll stellt zweifelsfrei eins der dringlichsten Probleme für die Meere dar. Jedes Jahr gelangen davon Millionen von

Tonnen in die Ozeane, die deren Bewohnern das Leben schwer machen. So verfangen sich beispielsweise Schildkröten in größeren Teilen wie Netze (die nicht alle aus Plastik sind) und ertrinken. Durch Witterungseinflüsse werden die Gegenstände zerkleinert, aber nicht abgebaut. Der Müll ist nach wie vor da. Kleinere Teile werden mit Nahrung verwechselt, sodass Fische und Vögel verenden. Weltweit weisen auch heute schon mehrere Strände in ihrem Sand einen hohen Anteil winziger Plastikpartikel auf.

Die Aufmerksamkeit für das Projekt steigt weltweit. Slat gilt als einer der 20 „Most Promising Young Entrepreneurs Worldwide“. Selbstverständlich gibt es aber eben auch skeptische Stimmen. Neben noch immer bestehenden Zweifeln an der grundsätzlichen Machbarkeit steht dabei vor allem das Argument, es wäre sinnvoller, in die Vermeidung des Mülls zu investieren.

▶ www.theoceancleanup.com

Kurzgefasst …

Weitergeben

Der eine hat Möbel, die er nicht mehr braucht. Viele Organisationen benötigen Möbel, verfügen aber nicht über das nötige Kleingeld dafür. Die Plattform weitergeben.org will beide Seiten zusammenbringen. Interessenten können sowohl Gesuche als auch Angebote schalten. Natürlich kostenfrei. Um den Aufwand in Grenzen zu halten, ist alles regional geordnet.

▶ www.weitergeben.org

Leben retten

Der solarbetriebene MP3forLife-Player des gemeinnützigen Unternehmens URIDU enthält über 400 wichtige Fragen und Antworten zu Themen von Gesundheit und Ernährung bis hin zu Familienplanung und Kinderpflege. Den Player erhalten Frauen in Tansania, die weder lesen noch schreiben können. Damit soll die Sterblichkeitsrate bei unter Fünfjährigen gesenkt werden. Weitere Länder sind in Planung.

▶ www.uridu.de

Crowdfunding I

EcoCrowd ist Deutschlands erste Crowdfunding-Plattform für nachhaltige Projekte. Hier sollen kreative Ideen auf die Menschen treffen, die ihre Umsetzung ermöglichen wollen. Seit Gründung der Plattform haben sich weit über 100 Projektstarter um eine Finanzierung beworben, Hundertausende von Euro wurden laut Betreiber eingesammelt. Dank erfolgreichen Selbst-Crowdfundings im Juni wird es die Plattform weiter geben.

▶ www.ecocrowd.de/projekte/ecocrowd-fuer-mehr-gute-ideen

Crowdfunding II

Auf Lokalspende.com können Non-Profit-Organisationen Projekte für ein lokales Crowdfunding öffnen. Entwickelt hat diese Idee das Unternehmen Best IT, ein Beratungs- und Softwareunternehmen für E-Commerce aus dem nordrhein-westfälischen Velen. Ein Projekt läuft bereits: Der Fußballverein TuS Velen braucht einen neuen Kunstrasenplatz. Goodies gibt es hier aber keine.

▶ www.lokalspende.com

Crowdfunding III

Weil die Regierungen der UN-Mitgliedsstaaten nicht genug Geld für die Verfolgung schwerster Kriegsverbrechen in Syrien zur Verfügung stellen, sammeln syrische und deutsche Menschenrechtsorganisationen Spenden, damit die UN-Untersuchungen endlich beginnen können. Unter dem Motto #crowd4justice sollen innerhalb von zehn Wochen jeweils (!) 190 000 Euro zusammenkommen.

▶ www.crowd4justice.org

Einen an der Waffel?

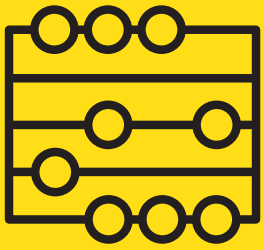
In New York kann man mit Eiscreme ein politisches Statement abgeben

Du bist, was du schleckst? Naja, vielleicht nicht ganz. Am New Yorker Times Square hat man aber seit Kurzem die Gelegenheit, mittels Eiscreme bürgerschaftlichen Diskurswillen zu verdeutlichen. Wer sich für die Rechte von Lesben, Schwulen und Transgender stark machen will, der ordere einfach das Eis „No Hate“. Diese „hassfreie“ Leckerei kommt, wie auch sonst, in pinkfarbener Waffel daher, gekrönt von bunten Streuseln. Regenbogenflagge mal anders.

Oder man entscheide sich für eine Variante, die Zutaten aus den USA mit solchen aus Mexiko vermischt und den unmissverständlichen Namen „No Borders“ trägt. Unmissverständlich. Entsprechend lautet auch der Name der Eisbude: „I scream“. Damit „schreit“ der Genießer zwar keine politische Meinung in die Welt, aber vom Wortspiel abgesehen gehen fünf Prozent der Einnahmen an NGOs. Laut den Angaben der Ideengeber soll das aber keineswegs eine reine Anti-Trump-Kampagne sein. Vielmehr geht es darum, Debatten anzustoßen und zur Diskussion einzuladen.

Mit uns rechnen, auf uns zählen.

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



OPTIGEM
SOFTWARELÖSUNGEN FÜR GEMEINDEN
UND GEMEINNÜTZIGE WERKE

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

Erfolgreiche Berufsorientierung

Wenn Schule, Wirtschaft und Stiftungen zusammenarbeiten

Damit geförderte Institutionen und Projekte ihr Potenzial entfalten und ihrem sozialen Auftrag ungehindert nachkommen können, bedarf es innovativer finanzieller Konzepte. Wie Förderer und Geförderte ideal zusammenfinden, zeigt das Beispiel der „Strahlemann Talent Company", bei dem Schule, Wirtschaft und Stiftungen an einem Strang ziehen.

Von CELINA FISCHER

Carlos Sánchez Martínez hat es geschafft. Stolz präsentiert er der Öffentlichkeit im Januar 2017 sein neuestes Projekt an seiner Schule: die Talent Company. Ein modern ausgestatteter Fachraum für Berufsorientierung, wo Schüler und Ausbildungsbetriebe zusammenkommen und nicht die Noten, sondern die Schüler zählen. An Arbeitsplätzen können sie ihre eigene Bewerbung erstellen und durch Workshops Unternehmen kennenlernen. Die Talent Company schafft ein Netzwerk aus allen beteiligten Akteuren am Berufsorientierungsprozess. Mitten in der Schule. Direkt bei den Schülern.

Sánchez, Schulleiter der Sophie-Scholl-Gesamtschule in Remscheid, ist stolz, dass die Schule gemeinsam mit lokalen Unternehmen, Förderstiftungen und der Strahlemann-Stiftung die erforderliche Summe von 55 000 Euro stemmen konnte: „Insbesondere unsere absolute Überzeugung von der Sache Talent Company, unser unbändiger Wille, diese an unserer Schule zu installieren und unser Enthusiasmus haben so fruchtbar zueinander gewirkt, dass wir rasch in der Lage waren, eine Vielzahl von Firmen und Stiftungen hiervon zu überzeugen und zu gewinnen."

Woher kommen die Mittel?

Franz-Josef Fischer und die Strahlemann-Stiftung werden bis Ende 2018 die Talent Company an zwölf weitere Schulen bringen. Da die Stiftung selbst keine Förderstiftung ist, kommen die Mittel zu hundert Prozent von sozial engagierten Unternehmen oder gemeinnützigen Stiftungen. Dabei gelingt es Fischer immer wieder, Unternehmen und Stiftungen für das Konzept zu begeistern. Der Vorstandsvorsitzende der Strahlemann-Stiftung betont: „Ein Unternehmer kann

mit dem Konzept der Talent Company seine Schule in seiner Stadt und damit die Kinder seiner Region fördern. Außerdem kann er aktiv mit den Lehrern das Konzept mitgestalten und sogar noch Auszubildende gewinnen."

Ein Vorzeige- & Gemeinschaftsprojekt

Auch die gemeinnützige Haniel-Stiftung ist von dem Projekt überzeugt und hatte 2014 die Entscheidung getroffen, die Talent Company nach Duisburg zu holen. Anna Lena Winkler, Programmleiterin der Haniel-Stiftung, schildert die Motivation der Stiftung, Projekte aus den Stiftungserträgen zu finanzieren: „Um Projekten eine Hebelwirkung zu verleihen, versuchen wir auch durch Matching Funds zusätzliche Partner zu gewinnen, denn wir glauben, dass vor allem durch Kooperation und Zusammenwirken Projekte langfristig erfolgreich sind."

Ebenso wie für die Haniel-Stiftung sind für die Strahlemann-Stiftung eine langfristige Kooperation und eine gute Zusammenarbeit von großer Bedeutung. „Wir setzen auf einen stetigen Austausch. Dadurch können wir viel gezielter mit den Projektpartnern überlegen, was sie brauchen", bestätigt Winkler.

Fehlende Mittel stehen einem guten Konzept nicht im Wege

Als Sánchez 2014 erfuhr, dass es keinen Sozialinvestor für die Talent Company in Remscheid gab, entschied er sich dazu, die Mittel für das Projekt selbst zu organisieren. Innerhalb von 18 Monaten sammelte er mit Hilfe der Strahlemann-Stiftung über 40 000 Euro für das Projekt von lokalen Firmen und Stiftungen ein. „Kaltakquise ist nicht unser Kerngeschäft", erklärt Sánchez, „aber durch das Projekt haben wir diesbezüglich reichhaltig Erfahrung sammeln dürfen."

Ähnlich erklärt es auch Fischer: „Mit unserem Erfolgsfaktor Nachhaltigkeit und unserer starken Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern konnten wir bereits viele Unterstützer begeistern, sich gemeinsam für die Zukunft unserer Kinder zu engagieren. Wir setzen mit unseren Förderern nicht nur darauf, einmalige Projekte umzusetzen, sondern auf eine langfristige Kooperation. So stellen fehlende Mittel für uns kein Hindernis dar." Damit schafft die Stiftung eine gute Basis, um das Projekt erfolgreich und nachhaltig zu realisieren.

Die Talent Company in Duisburg läuft inzwischen im dritten Schuljahr, und Anfang 2017 entstand in Remscheid die 20. Talent Company. Weitere Meilensteine auf dem Weg bis zur 100. Schule.

▶ www.strahlemann.org/talent-company

Schluss mit dem Dornröschenschlaf

Wie das Landesmuseum in Stuttgart auf Fundraising setzt

Fundraising ist im Bereich der Kultur bislang weniger etabliert als etwa in den Bereichen Umwelt oder Soziales. Trotzdem regt sich auch dort etwas. Beim Landesmuseum Württemberg in Stuttgart hat die Direktorin Cornelia Ewigleben diese Entwicklung bereits vor mehr als zehn Jahren angestoßen. Mit Erfolg, wie man heute sehen kann.

Von MARKUS WENER

„Ein Museum im Dornröschenschlaf", so betitelte einst die Stuttgarter Zeitung das Landesmuseum Württemberg. Dies sollte sich 2005 ändern, als die neue Direktorin Cornelia Ewigleben ihren Masterplan für das größte kulturhistorische Museum Baden-Württembergs vorstellte. Bauliche Veränderungen und neue inhaltliche Ausrichtungen waren die Stichwörter. Eine Ausstellungsfläche von 1200 Quadratmetern für große Sonderausstellungen wurde 2006 eingerichtet, das Kindermuseum „Junges Schloss" 2010 gegründet. Die neuen Schausammlungen „LegendäreMeisterWerke" und „Wahre Schätze" öffneten 2012 zum 150-jährigen Bestehen des Museums beziehungsweise 2016 ihre Pforten. Als nächster Meilenstein steht für 2020 der Umbau des Museumsfoyers an.

Hinter jedem dieser Meilensteine stecken Millionenbeträge, die für die Realisierung eingeworben werden mussten und müssen. Dies war von Anfang an nur durch das Engagement der Bürgerschaft, Stiftungen und Unternehmen möglich. Deshalb wurde 2007 eine Stabsstelle für Fundraising und Sponsoring eingerichtet, um die Drittmittelakquise zu professionalisieren. Die ersten Aufgaben bestanden darin, Leitpunkte für ein Gesamtkonzept im Fundraising zu erstellen, angefangen von der Zielgruppenanalyse über die Einrichtung einer Spendendatenbank bis hin zur Regelung interner Abläufe. Parallel wurde das Sponsoring aufgebaut und strukturiert.

Der Wandel musste innerhalb des Hauses transparent durchgeführt werden, um die über 150 Mitarbeiter auf diesem Weg mitzunehmen. Denn selbstverständlich gab es auch Vorbehalte: War es nicht Aufgabe der Politik, dafür Sorge zu tragen, dass ausreichend finanzielle Mittel zur Verfügung standen? Für das Fundraising war die Unterstützung aller Mitarbeiter entscheidend. Der Weg zur Institutional Readiness war lang.

Zweifel gab es aber auch dort, wo man es nicht erwartet hatte. Das Land Baden-Württemberg stand als Träger des Museums der Online-Spende zunächst sehr kritisch gegenüber, auch wenn die Ministerien das Thema Fundraising explizit befürworteten. Da keine staatliche Einrichtung des Landes bis dato die Möglichkeit der Online-Spende anbot, musste zunächst ein offizielles Pilotprojekt für das Museum in einem langjährigen Verfahren beantragt und genehmigt werden.

Ein wichtiger Grundstein beim Aufbau des Fundraisings bildete die Fördergesellschaft des Museums mit rund 1300 Mitgliedern. Darüber hinaus wurden und werden für jedes zu finanzierende Projekt neue Personengruppen, Unternehmensbranchen und passende institutionelle Kooperationspartner angesprochen, die als Förderer oder Vermittler bei Fundraisingkampagnen in Betracht kommen. Nach der Zielgruppenanalyse und ersten Fundraisingaktionen stellte sich schnell heraus, dass das Museum

zwei unterschiedliche Spendergruppen anspricht: Zum einen die Gruppe derjenigen, die sich für frühkindliche Bildung einsetzen und das Kindermuseum fördern, zum anderen die Kulturinteressierten, deren Herz für die Exponate des Museums schlägt und die sich für Restaurierungsprojekte und die Schausammlungen engagieren.

Die Kommunikation für die jeweiligen Spendenaktionen gestaltet sich daher unterschiedlich: Spielerische Kampagnen wie „Ihr Ritterschlag" für die Familien-Mitmachausstellung „Die Ritter", bei der die Spender symbolisch zum Ritter geschlagen werden, begeistern für ein lebendiges Erlernen mit allen Sinnen im Kindermuseum. Objektpatenschaften für herausragende Exponate, die identitätsstiftend für die württembergische Kulturgeschichte stehen, sprechen das klassisch kulturinteressierte Publikum an.

Gestärkt durch eine positive Spendenresonanz und zahlreiche Drittmittelprojekte wurde 2011 die bisherige Stabsstelle mit drei zusätzlichen Personalstellen zur Abteilung „Drittmittel" ausgebaut, der auch das Veranstaltungsmanagement angehört. Außerdem baute diese Abteilung das Ehrenamt auf, dem heute rund 20 Mitarbeiter angehören, die in verschiedenen Bereichen des Museums unterstützend tätig sind.

Immer mehr Kulturinstitutionen beginnen mit Fundraising und werben um den im Vergleich zum Bereich Umweltschutz oder Soziales kleinen Kreis an potenziellen Förderern. Nicht zuletzt deshalb ist das Thema Spenderbindung und Neuspendergewinnung für jede Einrichtung zentral. Das Landesmuseum bringt deshalb halbjährlich sein Förderermagazin „aufgeSCHLOSSen" heraus und geht mit seinen Spendenkampagnen zielgerichtet nach außen. So werden im stark besuchten Renaissance-Innenhof des Alten Schlosses die aktuellen Spendenkampagnen vorgestellt. Zur Einrichtung der Schausammlung „LegendäreMeisterWerke" informierte ein umgebauter Bauwagen, die sogenannte „Schaustelle" (Foto), über die Sanierungsmaßnahmen im Landesmuseum und erreichte auf diese Weise auch Nicht-Museumsbesucher als potenzielle Förderer.

Neue Projekte unter anderem zu den Themen Digitalisierung, Interkulturalität und Migration sind in Planung. Auch für deren Umsetzung werden Drittmittel zwingend erforderlich sein.

Markus Wener studierte in Heidelberg und Tours Jüdische Studien, Kunstgeschichte und Ur- und Frühgeschichte. Von 2002 bis 2007 arbeitete er als wissenschaftlicher Mitarbeiter und Kurator am Historischen Museum der Pfalz Speyer und am Jüdischen Museum Franken in Fürth. 2007 übernahm er die Stabsstelle „Sponsorin/Fundraising" am Landesmuseum Württemberg in Stuttgart. Seit 2011 leitet er dort die Abteilung „Drittmittel, Gremien und Ausstellungsveranstaltungen".
▶ www.landesmuseum-stuttgart.de

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

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

Wir bringen Ihre Werbung
GROSS raus!

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

Farbe bekennen für eine menschliche Schweiz

Ein Hosenlupf als Brückenschlag zwischen Flüchtlingen und Einheimischen

Keine Willkommenskultur? Das Hilfswerk der Evangelischen Kirchen Schweiz (HEKS) und 130 Partnerorganisationen zeigen mit ihrer Sensibilisierungskampagne „Farbe bekennen", wie beide Seiten aufeinander zugehen: Einerseits ist die traditionelle Schweiz eine offene Schweiz. Andererseits sind Geflüchtete neugierig und interessiert, ihre Traditionen kennenzulernen. HEKS hat sich für die Kampagne eine unkonventionelle Strategie ausgedacht.

Von KATJA PRESCHER

Seit 2004 engagiert sich das HEKS im Inland für Integrations- und Rechtsberatungsprojekte sowie für die Sensibilisierung der Bevölkerung zur Flüchtlings- und Migrationsthematik. Daneben bringen seine Teams in mehr als 30 Ländern weltweit Projekte in der humanitären Hilfe und Entwicklungszusammenarbeit voran.

In seiner Kampagne macht HEKS darauf aufmerksam, dass das menschliche Gesicht der Schweiz und das humanitäre Erbe in Gefahr sind und so die Diskussionen um Flüchtlinge in der Schweiz von Solidarität in Ablehnung umzuschlagen drohen. Darum führt das Hilfswerk auch in diesem Jahr die Sensibilisierungskampagne „farbe-bekennen.jetzt" weiter. Mit mehr als 130 Kampagnenpartnern möchte das HEKS aufzeigen, wie viele Menschen sich in der Schweiz für Flüchtlinge engagieren.

„Die Kampagne hat bereits 2016 ein Zeichen gesetzt, indem die Bevölkerung aufgefordert wurde, ein Farbe-bekennen-Bändeli zu tragen und damit öffentlich Solidarität mit Menschen auf der Flucht zu zeigen. Insgesamt wurden mehr als 50 000 Bändeli bestellt und getragen", erläutert Hanspeter Bigler, Interim-Direktor und Leiter Kommunikation und Marketing bei HEKS. „Wir haben dieses Jahr eine neue Freiwilligen-Plattform ‚engagiert.jetzt' aufgebaut. Wir bringen hier ganz gezielt Vereine und freiwillig Engagierte zusammen. Menschen, die sich für Flüchtlinge engagieren möchten, und Organisationen, die ihre Angebote in der Freiwilligenarbeit vorstellen."

Gemeinsam im Sägemehl

Im Mai hat der zweifache Schwingerkönig Ernst Schläpfer Flüchtlinge in die Kunst dieser Schweizer Traditionssportart eingeführt. Er weiß, wie man beim Schwingen schnell in Kontakt miteinander kommt. Für ihn spielt es keine Rolle, wer man ist und woher man kommt. „Wenn ein Flüchtling gerne schwingen möchte, ist er bei uns im Schwingklub jederzeit willkommen", unterstreicht der frühere Schweizer Schwingerkönig, der sich freiwillig engagiert.

Schläpfer ist ein Gesicht von vielen, das Farbe bekennt. Auch andere traditionelle Schweizer Disziplinen wie Alphornblasen, Fahnenschwingen und Jodeln bringen Schweizer Bevölkerung und Geflüchtete zusammen. In Workshops und Veranstaltungen kann jeder seinen Beitrag leisten, durch Freiwilligenarbeit.

Speeddating? Ja, auch das kommt zum Einsatz. Um mit dem Flüchtlingsthema in Kontakt zu kommen, führt HEKS in den Schweizer Städten St. Gallen und Lausanne dieses außergewöhnliche Event durch. Besucher lernen spielerisch Menschen aus dem Flüchtlingsbereich kennen und erfahren damit auch mehr über die Möglichkeiten der Freiwilligenarbeit.

„Nebst der Verbreitung über Mutliplikatoren und den 130 Partnerorganisationen setzen wir auf Öffentlichkeitsarbeit und Social Media. Auf Twitter und Instagram sind wir mit dem Hashtag #ichbekennefarbe recht aktiv. Ein TV-Spot sowie Online-Werbung begleiten die Kampagne. Vor allem über Kampagnenbändchen, Flaggen, Veranstaltungen und Workshops aktivieren wir die Schweizer Bevölkerung. Wir wollen über die bereits Mobilisierten hinaus neue Gruppen erreichen – die Mitte der Gesellschaft", so Bigler.

▶ www.heks.ch

Kommt gut an:
TeleDIALOG macht kleine Ideen groß.
Kleine NGOs werden groß – unsere Ideen wachsen mit.
Als erfahrene Spezialisten für Telefon-Fundraising sorgen wir seit
20 Jahren für wertvolle Kontakte zu Förderern und Spendern.
Eine direkte und dauerhafte (Ver-)Bindung, die gut ankommt!
Gerne gehen wir auch mit Ihnen die ersten Schritte.
Fotos: AdobeStock©auergraphics, AdobeStock©reimax16, AdobeStock©domnitsky

TeleDIALOG
Telefon-Fundraising

www.teledialog.com

Neu beim WWF Österreich

Hanna Simons ist seit Juni stellvertretende Geschäftsführerin des WWF Österreich und zugleich Leiterin der Naturschutzabteilung. Sie ist für die strategische Planung und Leitung nationaler und internationaler Naturschutzprogramme in den Bereichen Klima und Energie, Biodiversität, Meere und Fischerei, Fluss- und Auenschutz, Artenschutz, Wald und Wildnis sowie für das Jugendnetzwerk des WWF zuständig.

Fundraising weiter ausbauen

Die Stiftung Kloster Eberbach hat sich verstärkt. **Katja Rodtmann** wird zukünftig den noch jungen Bereich Fundraising und Marketing/Öffentlichkeitsarbeit verantworten. Die Managerin arbeitete zuvor unter anderem in der Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising des Bethanien Kinderdorf Eltville und im Deutschen Filminstitut – DIF e. V.

Referent SOS-Kinderdörfer weltweit

Christian Neusser ist seit Juni Referent bei SOS-Kinderdörfer weltweit im Verbindungsbüro in Berlin. In der neu geschaffenen Position ist er dort Ansprechpartner für Politik, Verbände und NGOs. Er berichtet an den Vorstand um den Vorsitzenden Wilfried Vyslozil. Er war zuvor wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl Politisches System der BRD – Staatlichkeit im Wandel der Universität Kassel.

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

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für den Weißen Ring

Carola Wacker-Meister ist seit Mai Leiterin des Referats Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Sprecherin der Hilfsorganisation für Opfer von Kriminalität Weißer Ring in Mainz. Sie kommt von Procter & Gamble, wo sie für die Kommunikation der Salon Division in Deutschland, Österreich und der Schweiz verantwortlich war. Beim Weißen Ring berichtet sie an die Bundesgeschäftsführerin Bianca Biwer.

Demokratie-Verein

Gerald Hensel hat Anfang Mai den Verein Fearless Democracy in Hamburg gegründet. Dieser soll toleranzfeindlichen Angriffen gegen die Zivilgesellschaft entgegentreten und sich dabei insbesondere gegen Falschmeldungen und Hasskommentare im Internet einsetzen. Hensel hatte im vergangenen Jahr bereits die Kampagne „#keinGeldfürRechts“ initiiert. Bis 2016 war er Leiter Digital-Strategie der Werbeagentur Scholz & Friends.

Leiter Kommunikation für die Diakonie

Dr. **Thomas Schiller**, Chefredakteur des Evangelischen Pressedienstes, verlässt das Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik. Vom 1. August an leitet er die Kommunikation der Diakonie Deutschland und führt deren Zentrum für Kommunikation in Berlin. Nach Abitur und Zivildienst beim Diakonischen Werk studierte Schiller in seiner Heimatstadt Dortmund Journalistik und Geschichte. 1996 promovierte er bei Prof. Dr. Kurt Koszyk über NS-Propaganda für Fremdarbeiter im Zweiten Weltkrieg.

Bundesverdienstkreuz

Der Gesundheitswissenschaftler und Vorsitzende des Paritätischen Wohlfahrtsverbandes Prof. Dr. **Rolf Rosenbrock** ist Mitte Juni mit dem Bundesverdienstkreuz geehrt worden. Er engagiert sich seit Jahrzehnten intensiv in der Bekämpfung von HIV/Aids und hat wesentliche Impulse für die HIV-Politik in Deutschland geliefert, insbesondere im Bereich der HIV-Prävention. Rosenbrock war unter anderem Vorsitzender des wissenschaftlichen Beirates der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung.

Verstärkung bei Schomerus

Jörg Schepers ist seit Kurzem Prokurist der „Schomerus – Beratung für gesellschaftliches Engagement GmbH“ und verstärkt die neu gegründete Gesellschaft, die seit Januar 2017 durch den Marken- und Fundraising-Experten Andreas Schiemenz als Geschäftsführer geleitet wird. Die Philanthropieberatung soll mit Schepers weiter ausgebaut werden. Hierbei steht das gesellschaftliche Engagement von Unternehmern, vermögenden Familien und Privatpersonen im Mittelpunkt.

Neue Geschäftsführerin

Seit Anfang Juni hat **Julia Kostial** die Geschäftsführung der Stiftung Deutsches Design Museum inne. Zuvor war sie mehrere Jahre für den Rat für Formgebung/German Design Council im Bereich Corporate Communications tätig. Sie hat Germanistik, Anglistik und Politikwissenschaften an der Technischen Universität Darmstadt studiert. Die gemeinnützige Stiftung Deutsches Design Museum ist operativ tätig und fördert das Themenspektrum Design als prägendes Element von Bildung und Kultur, Wissenschaft und Wirtschaft.

Teamleiterin Fundraising für die DKMS

Die Fundraisingexpertin **Susan Röhlig** hat bei der Deutschen Knochenmarkspende die Teamleitung für die Bereiche Unternehmen, Kooperationen, Großspender, Stiftungen und Erbschaften übernommen. Zuvor war sie bereits als Referentin für Kooperationen und Stiftungen für die Organisation verantwortlich. Ihre Expertise setzte Susan Röhlig in den letzten zehn Jahren bereits bei anderen national und international agierenden gemeinnützigen Organisationen ein. Einer ihrer zentralen Aufgaben wird es sein, das Thema Fundraising für die DKMS stärker in den Fokus zu rücken.

Leitung Klimaschutz und Energiepolitik

Michael Schäfer hat Anfang Juni die Leitung des Fachbereichs Klimaschutz und Energiepolitik beim WWF Deutschland übernommen. Der 44-Jährige war zuletzt Projektleiter Industriepolitik beim Thinktank Agora Energiewende. Er ist Verwaltungswissenschaftler und ausgebildeter Werbetexter und seit 2016 ehrenamtliches Bundesvorstandsmitglied der Deutschen Umwelthilfe (DUH). Vor seiner Tätigkeit bei Agora Energiewende war er klima- und energiepolitischer Sprecher der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen im Berliner Abgeordnetenhaus.

Fundraising für die Diakonie

Bettina Charlotte Hoffmann baut ab sofort gemeinsam mit Katharina von Münster das Fundraising der Diakonie Deutschland – Evangelischer Bundesverband auf. Die Fundraising-Managerin (FA) war bis Juli 2016 für die Schwesterorganisation „Brot für die Welt" im Bereich Spenderbindung tätig. Im letzten Dreivierteljahr probierte sie die Freiberuflichkeit, sammelte viele wertvolle Erfahrungen und fundraist nun wieder für das Evangelische Werk für Diakonie und Entwicklung.

Fundraising und mehr

Nora Circosta (links) hat die Leitung Fundraising bei Change.org Deutschland übernommen. Sie ist 2015 zu Change.org und so zum Online-Fundraising gekommen. Sie verknüpft effektive Kampagnen mit Möglichkeiten der Förderung – damit künftig noch mehr Menschen sozialen Wandel vorantreiben und mutige Kampagnen gewinnen können. **Jeannette Gusko** hat bei Change.org weitere Aufgaben übernommen. Neben ihrer Position als Head of Communications bei Change.org in Deutschland ist sie seit Kurzem zusätzlich Manager Brand and Engagement für Change.org International.

Haben Sie Neuigkeiten?

Sie haben eine neue Aufgabe übernommen oder begrüßen eine **neue Kollegin** oder einen **neuen Kollegen** in Ihrem Team? Oder Sie haben vielleicht sogar eine ganz neue Stelle geschaffen und Ihr Team vergrößert? Lassen Sie es uns wissen! Wer, woher, wohin? Das interessiert unsere Leser und die gesamte Branche. Schicken Sie uns Ihre personellen Neuigkeiten inklusive einem druckfähigen Foto an **koepfe@fundraiser-magazin.de**

vanacken
Fundraising

Was fehlt Ihnen für Ihr Fundraising?

- Fundraiser?
- Spender?
- Analysen und Strategien?
- Coaching und Workshops?

Rufen Sie uns an!

Ihre Vorteile:

- Fundraising-Erfahrung seit 1970
- Erfolgskonzepte für kleine bis große Organisationen
- Sofort starten und das Know-how eines großen Teams nutzen
- Keine vertragliche Bindung

Beratung und Umsetzung durch Profis

Sie haben es in der Hand!
Vereinbaren Sie einen Termin für ein kostenloses Beratungsgespräch mit uns.

van Acken – mehr als nur eine Agentur.

van Acken Fundraising GmbH
Magdeburger Straße 5, 47800 Krefeld
Telefon: 021 51 / 44 00-0, Fax: 021 51 / 44 00-55
info@van-acken.de, www.van-acken.de

PLZ-BEREICH 0

Mit unserem
Know-how
finden auch Sie
Spender und
Sponsoren!

SPENDENAGENTUR

Spendenagentur
Fundraising | Marketing | Public Relations
Die Spendenagentur hilft bei der Gründung der Organisation und dem Aufbau des Fundraisings, unterstützt Sie bei der konzeptionellen Arbeit, bildet Ihr Personal oder Ihre ehrenamtlichen Fundraiser weiter und organisiert Ihre Fundraising-Events. Vereinbaren Sie einfach ein kostenfreies Beratungsgespräch.

Altlockwitz 19 · 01257 Dresden
Telefon: +49 (0)351 87627-60
Telefax: +49 (0)351 87627-79
kontakt@spendenagentur.de
www.spendenagentur.de

MediaVista KG
Sprechen Sie Klartext!
Treffen Sie den
richtigen Ton!
Damit Ihre Spender und
Sponsoren Sie immer
richtig verstehen.
Wir unterstützen Sie dabei.
www.mediavista.de

MediaVista KG
Agentur für Medien,
Public Relations & Werbung
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Spendenbriefe richtig schreiben
- Sponsoren erfolgreich ansprechen
- Corporate Design
- Entwicklung Ihres Leitbildes
- Ganzheitliche Kommunikation
- Zeitschriften, Newsletter, Internet

Damit Ihre Spender und Sponsoren Sie richtig verstehen.

Altlockwitz 19 · 01257 Dresden
Telefon: +49 (0)351 87627-10
Telefax: +49 (0)351 87627-99
kontakt@mediavista.de
www.mediavista.de

PLZ-BEREICH 1

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 · 0245 Berlin
Telefon: +49 (0)30 232553000
Telefax: +49 (0)30 232553020
berlin@spendenhilfsdienst.de
www.spendenhilfsdienst.de

FRC Spenden Manufaktur GmbH
Die FRC Spenden Manufaktur bietet hochwertige telefonische Spendenwerbung für gemeinnützige Organisationen an. Unser Angebot umfasst alle Aspekte der Spenderbetreuung, Reaktivierung, Dauerspendergewinnung und Spendenerhöhung. Unsere maßgeschneiderten Kampagnen bieten eine optimale Kostenkontrolle bei vollständiger Transparenz und Erfolgsgarantie.

Alt-Moabit 89 · 10559 Berlin
Telefon: +49 (0)30 23329117
Telefax: +49 (0)30 22908877
h.menze@spenden-manufaktur.de
www.spenden-manufaktur.de

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

Sie finden uns außerdem in Hamburg und Köln.

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

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

Brandenburgische Straße 10 · 10713 Berlin
Telefon: +49 (30) 577076850
Telefax: +49 (30) 577076859
marketing@ibv.eu
www.ibv-solutions.com/de

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

RaiseNow GmbH
RaiseNow ist ein führender Anbieter von Online-Fundraising-Lösungen. Unser Fokus liegt auf „white label" Online-Fundraising-Tools, die von Organisationen und Spender/innen einfach anzuwenden sind. Von Online-Spenden über Payment-Prozesse hin zu Peer-to-Peer und Employee Giving – alles fügt sich in die bestehende Fundraising-Infrastruktur ein.

Schlesische Straße 12 · 10997 Berlin
Telefon: +49 (0)30 55571730
berlin@raisenow.com
www.raisenow.com

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

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

Adlergestell 129 · 12439 Berlin
Telefon: +49 (0)30 67805000
Telefax: +49 (0)30 6780500-10
www.probono-berlin.de
info@probono-berlin.de
blog.probono-berlin.de

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

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

Mehr Spenden! Weniger Arbeit:
Online-Fundraising mit spendino beinhaltet: Spender gewinnen, Daten einfach verwalten und somit mehr Zeit für die gemeinnützige Arbeit. Für jeden Euro spendino-Kosten erhalten Organisationen im Schnitt 11,50 Euro Spenden.
Zuverlässig:
10 Spenden in der Sekunde, 300.000 Euro an einem Tag, 14 Millionen Seitenaufrufe pro Stunde. spendino ist einfach verlässlich.
Kostenlose Beratung: 0800/0044533

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

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

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

PLZ-BEREICH 2

Bauer Vertriebs KG
BAUER POSTAL NETWORK
BPN ist der Post- und Logistikspezialist für die Zustellung von Presse- und Dialogpost mit eigener Zustellstruktur. BPN befördert jedes Jahr mehr als 140 Mio. Sendungen für namhafte Kunden. Persönlich, preiswert und planungssicher.
- eigenes Zustellnetzwerk
- planbare, taggenaue Zustellung
- persönliche Beratung
- Formatfreiheit für Dialogpost
- bis zu 30 % Portoersparnis

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

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

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

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

Sie finden uns außerdem in Berlin und Köln.

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

stehli software dataworks GmbH

Die Komplettlösung für Fundraiser

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

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

Koopmanndruck GmbH

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

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

neolo fundraising GmbH

Effektives Geldauflagen-Marketing: Wir halten die Kosten niedrig und erhöhen damit Ihren Ertrag. Wir bieten Full-Service vom Mailing über die Verwaltung bis zu Bindungsmaßnahmen und der Evaluation Ihrer Geldauflagen.
Profitieren Sie auch von einer passgenauen Fundraising-Strategie und unserer jahrelangen Erfahrung in der Antragstellung.

Burgstraße 3 a · 29342 Wienhausen
Telefon: +49 (0)5082 2193280
Telefax: +49 (0)5082 2193281
mail@neolo.de
www.neolo.de

PLZ-BEREICH 3

adfinitas GmbH

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

Theaterstraße 15 · 30159 Hannover
Telefon: +49 (0)511 524873-0
Telefax: +49 (0)511 524873-20
info@adfinitas.de
www.adfinitas.de

marketwing 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

service94 GmbH

Dienstleistungen im Bereich Fundraising seit 1984:

- Promotion und Öffentlichkeitsarbeit an Informationsständen
- Mitgliederwerbung

Leistungen außerhalb des Fundraisings:

- Mitgliederverwaltung
- Call-Center
- Mailings
- Pressearbeit

Zu unseren Kunden gehören bundesweit namhafte Vereine und Verbände.

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

AZ fundraising services GmbH & Co. KG

Über 25 Jahre Fundraising-Erfahrung:

- Psychografische Spenderanalyse
- Themenaffine Zielgruppenadressen
- Zuverlässige Datenpflege
- Spendenaffines Online-Marketing
- Partnerschaftliches Kooperationsmarketing
- Effiziente Werbemittelproduktion

DDV-Qualitätssiegel für Datenverarbeitung, Adressverlag und Listbroking.

Carl-Bertelsmann-Straße 161 S · 33311 Gütersloh
Telefon: +49 (0)5241 802864
Telefax: +49 (0)5241 806094
dirk.langnau@bertelsmann.de
www.az-fundraising.com

Sievert Druck & Service GmbH

Wir unterstützen NPOs und NGOs deutschlandweit bei der Generierung von Spenden durch:

- Konzeptentwicklung und Beratung
- Adressselektion und -optimierung
- Portooptimierung
- Druck, Personalisierung und Postauflieferung von Mailings und Spenderzeitungen; klassisch und handschriftlich
- Workshops und Seminare

Potsdamer Straße 220 · 33719 Bielefeld
Telefon: +49 (0)521 557359-0
Telefax: +49 (0)521 557359-99
info@druck-u-service.de
www.druck-u-service.de

PLZ-BEREICH 4

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

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.

Schillerstraße 78 · 41464 Neuss
Telefon: +49 (0)2131 3193195
Telefax: +49 (0)2131 3193196
info@orthdirekt.de
www.orthdirekt.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 zentralenAbläufe großer und kleiner Non-Profit-Organisationen einfach und effizient. Unsere Kunden schätzen neben dem umfassenden Funktionsumfang unserer Standardsoftware besonders das gute Preis-Leistungs-Verhältnis und den kompetenten und freundlichen Service unserer Hotline.
Zu unseren Anwendern gehören namhafte Verbände, Vereine und Stiftungen aus Tier- und Umweltschutz, Förderung von Kindern und Familie, Entwicklungshilfe, kirchlichem Umfeld sowie Hospize und Krankenhäuser, Universitäten und andere Bildungseinrichtungen.

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

caretelligence Media Monitoring GmbH

Media Monitoring für den Nonprofit-Sektor

caretelligence hilft Ihnen, das Internet besser zu verstehen und strategisch einzusetzen.

- tagesaktuelle Analyse Ihrer Organisation im Netz
- Krisenvorerkennung durch rechtzeitige Alarmierung
- Finden von neuen Themen, Spendern und Personal
- Beobachtung Ihrer Wettbewerber
- Entwicklung von Strategie

Bergerstraße 19 · 45470 Mülheim an der Ruhr
Telefon: +49 (0)1511 9669932
info@caretelligence.de
www.caretelligence.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 Content Fundraising

Digitale Inhalte für Nonprofits

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

Bruchstraße 43 · 45525 Hattingen
Telefon: +49 (0)1511 9669932
info@fundraisingnetz.de
www.fundraisingnetz.de

eliteONE®

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

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

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

Conversio Institut
Fundraising-Management + Organisationsentwicklung
Wir beraten Sie auf dem Weg, Spenderbeziehungen zu verankern und Fundraising zu einer stabilen Säule in der Finanzierung Ihrer Organisation zu machen. Außerdem bieten wir
- Coaching (Einzel + Team)
- Seminare, Trainings
- Fundraising-Forschung
- kompetente Beratung
- strategische Positionierung
- Befragungen (SpenderInnen, MitarbeiterInnen, etc.)

Wildstraße 9 · 47057 Duisburg
Telefon: +49 (0)203 485777-0
Telefax: +49 (0)203 485777-19
info@conversio-institut.de
www.conversio-institut.de

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

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

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 A5 · 47807 Krefeld
Telefon: +49 (0)2151 349-3000
Telefax: +49 (0)2151 349-1120
info@gob.de
www.gob.de

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

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

PLZ-BEREICH 5

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

Richartzstraße 10 · 50667 Köln
Telefon: +49 (0)221 67784590
Telefax: +49 (0)221 67784599
info@fundango.de
www.fundango.de

steinrücke+ich gmbh
Kommunikation und Fundraising für soziale Anliegen
Entwicklung und Umsetzung von Fundraisingkampagnen und -maßnahmen | Gewinnung von Neu- oder Dauerspenden | Reaktivierung von Inaktiven | Testamentsspenden | Aktivierung Ehrenamtlicher | Konzept, Text, Grafik und Produktion von Materialien | Internetauftritt, Newsletter, Social-Media | Events | Sponsoren und Unternehmenskooperationen | Pressearbeit

Bismarckstraße 12 · 50672 Köln
Telefon: +49 (0)221 569656-00
Telefax: +49 (0)221 569656-20
info@steinrueckeundich.de
www.steinrueckeundich.de

GOLDWIND – gemeinsam wirken
Dipl.-Psych. Danielle Böhle
GOLDWIND bietet psychologisches Fachwissen plus praktische Umsetzbarkeit. Gemeinsam gehen wir die Herausforderungen Ihrer Spenderkommunikation an – bis Sie es selbst können. GOLDWIND ist „Hilfe zur Selbsthilfe".
Schwerpunkte: Spenderansprache, Spenderbindung
- Beratung & Strategie
- Spenderbefragungen
- Mitarbeiterentwicklung (Seminare, Trainings)

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

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

Trebbau direct media GmbH
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

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

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

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

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

Sie finden uns außerdem in Berlin und Hamburg.

Buchheimer Ring 87 · 51067 Köln
Telefon: +49 (0)221 7591944
Telefax: +49 (0)221 4539879
renn@directpunkt.de
www.directpunkt.de

Zentrum für Systemisches Fundraising GmbH
Das Zentrum für Systemisches Fundraising begleitet den Aufbau, die Entwicklung und die Implementierung von Fundraising in Non-Profit-Organisationen. Unsere Fachleute agieren dabei komplementär: Sie verknüpfen gängige Vorgehensweisen (Fundraisingmaßnahmen und -instrumente) mit systemischen Kompetenzen in der Organisationsberatung und -entwicklung.

Theaterstraße 15 · 52062 Aachen
Telefon: +49 (0)241 1891315
Telefax: +49 (0)241 1891314
info@Systemisches-Fundraising.de
www.Systemisches-Fundraising.de

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

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

Pascalstraße 6 · 52076 Aachen
Telefon: +49 (0)241 1890-0
Telefax: +49 (0)241 1890-555
verwaltung@gruen.net
www.gruen.net

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)2232 928544-1
Telefax: +49 (0)2232 928544-2
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

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

probono Geldauflagenmarketing
Jedes Jahr werden in Deutschland rund 130.000 Gerichts- und 190.000 Ermittlungsverfahren gegen Zahlung einer Geldauflage eingestellt. Dabei zahlen die Gerichte etwa 100–120 Millionen Euro an gemeinnützige Organisationen aus. Nutzen Sie die Chance, dass auch Ihre Organisation an diesen Zahlungen teilhat durch professionelles und konsequentes Geldauflagenmarketing. Wir helfen Ihnen dabei.

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

BEGEISTERN
Gutes Fundraising begeistert, weil es mit Herz gemacht wird.

GFS Fundraising Solutions GmbH
Einfach Fundraising für Ihren Erfolg: Sie suchen Erfahrung, Kompetenz und Sachverstand im Fundraising? Dann sind Sie bei der GFS genau richtig. Über 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bieten Ihnen einen umfassenden Service aus einer Hand: Beratung, Konzeption und Produktion von Mailings, Data-Base-Fundraising, Spenderanalysen, Listbroking, Spender- und Mitgliederbetreuung, Telefon-Fundraising und Geldauflagenmarketing. Wir arbeiten mit Kopf und Herz für Ihre Ziele.

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

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

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

W.-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

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
FIT für die Zukunft mit ENTERBRAIN Software und Fundraising-Dienstleistungen aus einer Hand
Wir bieten Ihnen sämtliche Services für Ihre kompletten Fundraising-Kampagnen – Kernstück dabei ist die eigens für NPOs konzipierte Fundraising-Software ENTERBRAIN 2.0. Ebenso übernehmen wir für Sie Consulting, Layout, Druck, Kuver- tierung und Versand unter einem Dach. Und das bei absoluter Datensicherheit – dafür steht unser ISIS 12 Gütesiegel.
Darüber hinausgehend entwickeln wir unsere Lösungen ständig weiter – neu ist z.B. ENTERmed, die Speziallösung für den Gesundheitsmarkt.
Ab sofort neu im ProduktPortfolio ist Social Scout – die Verwaltungs-Software für alle Freiwilligendienste und das Ehrenamt.

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

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

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

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.

Bergheimer Straße 58 · 69115 Heidelberg
Telefon: +49 (0)6221 54119-50
Telefax: +49 (0)6221 54119-99
csi@csi.uni-heidelberg.de
www.csi.uni-heidelberg.de

PLZ-BEREICH 7

faktor
Die Social Profit Agentur GmbH
Wir machen Ihre Marke stark und gewinnen für Ihre Organisation Spender, Besucher, Mitarbeiter, Mitglieder und Engagierte. Unser Know-how:
- Entwicklung von Kommunikations- und Fundraisingstrategien
- Re-Brandings
- Beratung & Coaching
- Online-Fundraising & Social Media
- Kunden-/Mitarbeiterzeitschriften
- Kampagnenentwicklung
- (E-)Mailings

Ansprechpartner: Dr. Oliver Viest
Torstraße 20 · 70173 Stuttgart
Telefon: +49 (0)711 414142-0
Telefax: +49 (0)711 414142-42
info@em-faktor.de · www.em-faktor.de

Arnold, Demmerer & Partner
25 Jahre Fundraising-Erfahrung für Ihren Erfolg. Gratis Arbeitshilfen und Case Studies zum Fundraising finden Sie auf:
www.zielgruppenmarketing.de
- Neuspendergewinnung
- Reaktivierung inaktiver Spender
- Bestands-/Mail-Response-/LTV-Analysen
- Kosten-/Nutzenanalysen
- Scoring / Optimierung
- EDV-Verarbeitung

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

pb direkt
Praun, Binder und Partner GmbH
IT-Service im Fundraising und Direktmarketing
20 Jahre Fundraising-Erfahung mit über 50 Spendenorganisationen als Kunden.
- Scoring und DataMining
- Druckfertige Mailingaufbereitung
- Adresskorrektur, -prüfung 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

G&O CreativeAgency GmbH
Die Adresse für Dialogmarketing 4.0 und Fundraising
Sie möchten wissen, wie Sie alte und neue Spender erreichen? Sie möchten über alle relevanten Offline- und Online-Kanäle kommunizieren?
Als ausgemachte Experten im Fundraising wissen wir, wie Conversion funktioniert und unterstützen Sie mit unserem kombinierten Angebot aus Expertise, Strategie, Listbroking, Konzeption, Kreation, Produktion, Erfolgskontrolle und Follow-up. Wir beraten Sie gerne persönlich.

Ansprechpartner: Gregor Gauder
Stuttgarter Straße 41 · 71254 Ditzingen
Telefon: +49 (0)7156 42584-29
Telefax: +49 (0)7156 42584-90
g.gauder@as-dialoggroup.de
www.as-dialoggroup.de

„1% Response reicht einfach nicht!"

Neuspendermailings, die sich für Sie rechnen.

Pdirekt GmbH & Co. KG

P Direkt: 100 % Mailing-Erfolg für Sie!

Sie schätzen einen maximalen Return für Ihr Budget? Und pragmatische Lösungen für zuverlässige Kampagnen-Erfolge?
Dann sind wir Ihr **Fullservice-Partner**:

- Top-Know-how aus über 3.500 Kampagnen und über 30 Jahren Fundraising-Praxis
- Punktgenaue Zielgruppen-Konzepte
- Effiziente Neuspendergewinnung
- Emergency-Mailings: „Go" + 24 h => Streuung
- Adressenberatung/Listbroking
- Scoring Fremd-/Eigenadressen
- Produktion und Lettershop

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

www.bussgeld-fundraising.de
Mit Geldauflagen erfolgreich Projekte finanzieren

- über 9.000 personalisierte Adressen von Strafrichtern, Amts- und Staatsanwälten mit Kontaktdaten
- zielgruppengenaue Selektion
- einfach als Excel-Tabelle herunterladen
- ohne Nutzungsbegrenzung: „preiswert kaufen statt teuer mieten"
- Adresspflege und -updates
- Fullservice: Mailingabwicklung und Geldauflagen-Verwaltung
- kostenlose Software

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

PLZ-BEREICH 8

Altruja GmbH

Altruja bietet eine Vielzahl von Möglichkeiten für Ihr Online-Fundraising: von Spendenformularen, Anlassspendentools, Kampagnentools bis zum SMS-Fundraising. Mit umfassenden Payments, zentraler Verwaltung, individueller Anpassung, höchsten Sicherheitsstandards und Weiterbildungsangeboten bieten wir den optimalen Service für Ihr Online-Fundraising.

Augustenstraße 62
80333 München
Telefon: +49 (0)89 70096190
info@altruja.de
www.altruja.de

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 Partnership: www.mirapartnership.com.

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

Fundraising&More

Professional Fundraising Solutions

Fundraising&More ist Ihr kompetenter Partner im Fundraising, in der Stiftungsberatung und in der Organisationsentwicklung. Wir erarbeiten mit Ihnen gemeinsam ein fundiertes, strategisches, maßgeschneidertes Fundraising-Konzept und begleiten Sie auch bei der Umsetzung. Wir führen Sie zum Erfolg – offen, authentisch, konsequent.

Prinzregentenstraße 54 · 80538 München
Telefon: +49 (0)89 60087100
info@fundraisingandmore.de
www.fundraisingandmore.de

AGENTUR FÜR ERBEN

Karla Friedemann

Unsere Kompetenz liegt in der umfangreichen Nachlassabwicklung. Stiftungen, gemeinnützige, mildtätige und kirchliche Organisationen sind unsere Zielgruppen.
Wir bieten:

- bundesweite Abwicklung von Nachlässen
- Organisation von Veranstaltungen u. a.

Wir verfügen über:

- langjährige Erfahrung
- exzellentes Management
- ein hohes Maß an Flexibilität

Allacher Straße 140
80997 München
Telefon: +49 (0)171 7028919
info@erbagentur.de
www.erbagentur.de

SCHÖNER SPENDEN

Eine Idee der Allplast GmbH

Die Spendenprodukte von SCHÖNER SPENDEN werden von Fundraisern für Fundraiser entwickelt. Die Produktpalette umfasst

- Spendendosen
- Spendenboxen
- Spendenteller
- Spendenhäuser
- Spendensäulen
- und Pfandmarkenboxen

aus hochwertigem Acryl.
SCHÖNER SPENDEN ist selbst Hersteller und bietet auf Wunsch auch Sonderanfertigungen an.

Neurieder Straße 8 · 82131 Gauting
Telefon: + 49 (0)89 86487446
Telefax: + 49 (0)89 86487447
vertrieb@schoener-spenden.de
www.schoener-spenden.de

compact dialog GmbH

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

Herzog-Georg-Straße 29 · 89415 Lauingen
Telefon: +49 (0)9072 95370
Telefax: +49 (0)9072 953716
kontakt@compact-dialog.de
www.compact-dialog.de

base4IT AG

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

Leistungsspektrum (Auszug):

- Kontaktverwaltung/CRM
- Kampagnen
- Spendenmanagement
- Dokumentenverwaltung
- Förderprojekte / operative Projekte
- Rechnungswesen

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

TeleDialog GmbH

Telefon-Fundraising: seit vielen Jahren ausschließlich für Non-Profit-Organisationen in der telefonischen Spenderbetreuung tätig.
Neuspendergewinnung – Interessenten werden zu langfristigen Spendern
Spender-Bedankung, Reaktivierung – Vom inaktiven zum aktiven Spender.
Upgrading, Datenkontrolle, Adressrecherche, Info- und Serviceline

Kirchenweg 41 · 83026 Rosenheim
Telefon: +49 (0)8031 80660
Telefax: +49 (0)8031 8066-16
kundenbetreuung@teledialog.com
www.teledialog.com

FundraisingBox

c/o Wikando GmbH

Ihr Partner für Digitales Fundraising. Maximale Konvertierung durch Spendenaktionen, 100 % individuelle Formulare, automat. Spenderwiedererkennung, wiederkehrende Zahlungen, Charity-Shop u. v. m. 360°-Donor-View und starke Kommunikations-Tools erhöhen die Spenderbindung. Donation-Monitoring für Echtzeit-Kontrolle über Spendeneingänge und Projekte.

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

PLZ-BEREICH 9

Mittel & Wege
Fundraising, Beratung, Fortbildung,Coaching
www.mittel-wege.de

Mittel & Wege

Fundraising, Beratung, Fortbildung,Coaching

Seit 17 Jahren Beratung von kleinen und großen Organisationen zu ihren Fundraising-Themen und Möglichkeiten.

- fachliches Coaching
- Konzeptentwicklung der Fundraisingstrategie
- Beratung und Weiterbildung zu einzelnen Fundraising-Werkzeugen im Spendenmarketing, Erbschaftsmarketing, Geldauflagenmarketing, Stiftungsanträge
- Projektentwicklung

Steubenstraße 15 · 99423 Weimar
Telefon: +49 (0)3643 773878
fundraising@mittel-wege.de
www.mittel-wege.de

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

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

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

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.

Effingerstrasse 55 · 3008 Bern
Telefon: +41 (0)31 311 80 10
kontakt@motion-consulting.ch
www.motion-consulting.ch

Kuvertdruck Zurwerra AG

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

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

NonproCons

Management und Fundraisingberatung

NonproCons berät Non-Profit-Organisationen im Bereich Fundraising und Management. Gehen Sie mit uns neue Wege! In Zusammenarbeit mit Ihnen stellen wir Ihre Organisation, Ihre Stiftung oder Ihr Projekt auf eine finanziell und strukturell sichere Basis. Wir beraten Sie gerne!

Rittergasse 35 · 4051 Basel
Telefon: +41 (0)61 2789393
sekretariat@nonprocons.ch
www.nonprocons.ch

StiftungSchweiz.ch

Die Schweizer Stiftungsplattform

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

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

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

getunik AG

Digital-Agentur für Non-Profit Organisationen

Wir machen das Web und die Welt seit 1998 ein bisschen besser. Wir kreieren digitale Auftritte, die begeistern. Mittels digitaler Fundraising-Massnahmen steigern wir Ihren Erfolg.
Mit unserer langjährigen Erfahrung in den Bereichen User Journey, Content-Strategie, Informationsarchitektur sowie User Experience Design machen wir Ihren digitalen Auftritt für die Besucher zum Erlebnis. Technik entwickelt sich stetig weiter. Wir uns auch. Durch agiles Vorgehen ermöglichen wir Ihnen ein hohes Mass an Flexibilität.

Hardturmstrasse 101 · 8005 Zürich
Telefon: +41 (0)44 533 56 00
info@getunik.com
www.getunik.com

RaiseNow AG

RaiseNow ist ein führender Anbieter von Online-Fundraising-Lösungen. Unser Fokus liegt auf „white label" Online-Fundraising-Tools, die von Organisationen und Spender/innen einfach anzuwenden sind. Von Online-Spenden über Payment-Prozesse hin zu Peer-to-Peer und Employee Giving – alles fügt sich in die bestehende Fundraising-Infrastruktur ein.
Hardturmstrasse 101 · 8005 Zürich
Telefon: +41 (0)44 5335620
zurich@raisenow.com
www.raisenow.com

Corris AG

Corris ist eine 1995 gegründete Agentur für nachhaltiges Spendenmarketing. Von unseren Büros in Zürich, Bern, Lausanne und Bellinzona aus organisieren und realisieren wir Fundraising-Kampagnen in der ganzen Schweiz – mit Hilfe modernster Tablet-Computer und 3D-Datenbrillen.
Non-Profit-Organisationen erhalten bei Corris alles aus einer Hand: Beratung, Standaktionen (Face2Face), Haustür-Werbung (Door2Door), Datenverwaltung, Callcenter und Lettershop.

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

comconsult

Zuverlässiger Outsourcing-Partner für alle Datenbank-Dienstleistungen rund ums Fundraising.

- Pflege Spenderbestand über ein EDÖB-zertifiziertes Secure Hosting
- tägliche Adressaktualisierung
- Datenanalysen und Potenzialermittlung
- wirksame Selektionen
- Spendenerfassung und Verdankungen
- transparente Abbildung Spenderverhalten

Kirchenweg 5 · 8008 Zürich
Telefon: +41 (0)44 4461040
Telefax: +41 (0)44 4461046
info@com-consult.ch
www.com-consult.ch

asm Agentur für Sozial-Marketing

Professionelle Mittelbeschaffung für NPOs seit über 35 Jahren. Von der Kreation bis zur Postaufgabe, von der Responseverarbeitung bis zur Adressplege:

- Strategische Fundraising-Planung
- Mailing-Konzepte und Marketing-Mix
- Spendergewinnung, -bindung und -upgrading
- Spenderbefragungen
- Major Donor Fundraising
- Legatmarketing

Kirchenweg 5 · 8008 Zürich
Telefon: +41 (0)43 3883141
Telefax: +41 (0)43 3883151
info@asm-cc.ch
www.asm-cc.ch

ANT-Informatik AG

Nonprofit-Branchenlösung

Die ANT-Informatik wurde 1991 gegründet und hat sich seither mit ihrer Software SextANT zum führenden Anbieter integrierter Gesamtlösungen für Nonprofit-Organisationen entwickelt.
Wir bieten für folgende Branchen komplette Lösungen an:

- Spendenorganisationen
- Vergabe Stiftungen
- Internationale Hilfswerke
- Zoos und Museen

Hufgasse 17 · 8008 Zürich
Telefon: +41 (0)44 5522929
info@ant-informatik.ch
www.ant-informatik.ch

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
info-weiterbildung.sml@zhaw.ch
www.zhaw.ch/zkm/fundraising

BLICKLE & HÄFLIGER Directmarketing AG

Wir beraten Sie seit über 25 Jahren kompetent von der Adresse bis zur Postaufgabe

NPOs vertrauen seit vielen Jahren auf unsere Leistungen, dank unseres grossen Know-hows und unserer Flexibilität.
Blickle & Häfliger Directmarketing AG – Ihr unabhängiger Partner für:

- Zielgruppenberatung
- Adressvermittlung
- EDV-Dienstleistungen
- Laser-Personalisierung
- Lettershop
- Fulfillment-Abteilung

Wir freuen uns auf Sie!

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

Walter Schmid AG

Die beste Adresse für Adressen

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

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

IBV Informatik AG

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

Stallikerstrasse 1 · 8906 Bonstetten
Telefon: +41 (0)44 7459292
Telefax: +41 (0)44 7459293
marketing@ibv.eu
www.ibv-solutions.com/de

SAZ Services AG

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

Davidstrasse 38 · 9001 St. Gallen
Telefon: +41 (0)71 2273500
Telefax: +41 (0)71 2273501
info@saz.net
www.saz.com

Creativ Software AG

Die Creativ Software AG entwickelt Standard-Softwarelösungen für alle Bereiche des Büroorganisations-Managements sowie Branchenlösungen für Non-Profit-Organisationen, Verbände, Gewerkschaften, Parteien, Verlage, Beraterfirmen, Softwarehersteller, usw.
OM (Organisation Management) ist eine umfassende Businesssoftware mit hoher Parametrisierbarkeit

Unterdorfstrasse 83 · 9443 Widnau
Telefon: +41 (0)71 7272170
Telefax: +41 (0)71 7272171
info@creativ.ch
www.creativ.ch

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

Das tut weh!

Wie sehr Worte die Seele verletzen können, macht die Agentur Jung von Matt/Limmat mit ihrer Kampagne „Wenn Worte weh tun" für die Schweizer Stiftung Elternsein deutlich. Cybermobbing hat nicht selten dramatische Folgen für die Opfer, von Schlaflosigkeit und Depressionen bis hin zu Selbstmord. Die Wunden auf den Bildern werden nicht am Computer erzeugt, sondern von einem Maskenbildner direkt auf die Haut modelliert.

▶ www.elternsein.ch

Sprudel gegen Flaschen

Neue Kampagne gegen Plastikmüll

Plastikmüll in den Weltmeeren ist eines der größten Umweltprobleme unserer Zeit. Deshalb sagt der Wassersprudlerhersteller SodaStream PET-Einwegflaschen jetzt den Kampf an. Für seine Kampagne „Goodbye Plastic Bottles" hat er sich dabei prominente Unterstützung von Schauspieler und Umweltbotschafter Hannes Jaenicke geholt. Bei der Vorstellung der Kampagne im Haus der Bundespressekonferenz in Berlin erklärte Ferdinand Barckhahn, Geschäftsführer von SodaStream Deutschland, dass allein in der Bundesrepublik im Jahr 17 Milliarden Plastikflaschen verbraucht werden und im selben Zeitraum sieben Millionen Tonnen Plastikmüll in den Meeren landeten. Um diesem Problem Herr zu werden, wurde deshalb eine Petition an die Bundesregierung, Kanzlerin Merkel und das Bundesumweltministerium gestartet, mit der ein Komplettverbot von PET-Einwegflaschen bis zum Jahr 2025 angestoßen werden soll.

▶ www.sodastream.de

Zertifiziert

„Aktion Deutschland Hilft" ist eine der ersten Organisationen, die das neue Spendenzertifikat des Deutschen Spendenrats e.V. erhalten haben. Die Qualitätskontrolle übernehmen dabei Wirtschaftsprüfer, was einzigartig in Deutschland ist. Die Verleihung ist drei Jahre gültig und soll garantieren, dass die Spenden verantwortungsvoll und transparent eingesetzt werden. Ausgezeichnet wurden außerdem action medeor, der Arbeiter-Samariter-Bund, Habitat for Humanity Deutschland und Islamic Relief Deutschland.

▶ www.aktion-deutschland-hilft.de
▶ www.spendenrat.de/spendenzertifikat

Eins für alles

Das Transparenz-Siegel soll in Zukunft Verbrauchern auf einen Blick zeigen, ob ein Produkt verschiedenen Kriterien in Bezug zum Beispiel auf Ökologie, Nachhaltigkeit, soziale Standards oder umweltgerechte Verpackung entspricht, so die Idee der Initiative „Transparenzsiegel". Grundlage für die Bewertung sind die einzelnen Siegel, welche die Produkte bereits tragen. Produkte, die zum Beispiel ein Bio-Siegel tragen, bekommen dann eine gute Bewertung im Bereich Ökologie. Alles viel besser oder in Zukunft noch mehr Siegel-Wirrwarr?

▶ www.transparenzsiegel.info

Glück im Unglück

Die Schweizer Spendensammelorganisation Glückskette hat im letzten Jahr 148 Projekte im In- und Ausland unterstützt. Dabei kam eine Summe von 45 470 428 Franken zusammen, wie das Unternehmen in seinem Jahresbericht mitteilt. Begünstigt wurden vor allem Flüchtlinge sowie Opfer der Erdbeben und Wirbelstürme in Haiti, auf den Philippinen und in Nepal und von Dürre Betroffene in Ostafrika. In der Schweiz selbst bekamen 22 Projekte für Jugendliche in Not und 1200 Familien Hilfe durch die Glückskette.

▶ www.glueckskette.ch

Kurzgefasst …

Alipay in Alpenländern

Chinesische Gäste können in Österreich jetzt per Smartphone und App bezahlen. Möglich macht das der Payment-Service-Provider Concardis, der die chinesische Mobile-Payment-Lösung Alipay ins Alpenland bringt. Im Oktober soll dann auch der Markt in der Schweiz folgen. In Deutschland kann man unter anderem schon in den Geschäften von Juwelier Wempe und Timberland mit Alipay zahlen.

▶ https://global.alipay.com ▶ www.concardis.com

Preise für Nachhaltigkeit

Beim German Award for Excellence der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltigkeit wurden im Mai zwölf Unternehmen ausgezeichnet. Der Preis in der Kategorie Responsible Sourcing geht in diesem Jahr an den Lebensmitteldiscounter Aldi Süd. Auch die GLS-Bank, die sich für ein transparentes und faires Finanzsystem einsetzt, wurde geehrt.

▶ http://dqs-cfs.com

Private Post wächst

Quickmail, der private Briefdienstleister aus der Schweiz, hat vor Kurzem die 3000. Zustellerin eingestellt. Das Unternehmen will besonders im Tessin, und da vor allem in den ländlichen Gebieten, und in der Westschweiz sein Netz weiter ausbauen und dafür allein im Tessin fünfzig zusätzliche Mitarbeiter beschäftigen. Damit ist Quickmail inzwischen in allen Kantonen präsent.

▶ www.quickmail-ag.ch

Supergute Social Media

Der „Engage The Future Award" geht an die Stiftung Weltbevölkerung. Europas größter Social-Media-Award will vor allem NGOs bei ihrer Arbeit im Bereich Social Media stärken. Initiiert wurde der Preis von der TV-Produktionsfirma Endemol Shine Beyond sowie von der Bill und Melinda Gates Foundation, der Stiftung RTL – Wir helfen Kindern e.V. und dem Webvideopreis Deutschland.

▶ www.engage-the-future.de

Soziales Engagement ausgezeichnet

Unter der Schirmherrschaft von Bundeskanzlerin Angela Merkel wurden am 7. Juni die Preisträger des 13. startsocial-Wettbewerbs für ihr ehrenamtliches soziales Engagement geehrt. Den Sonderpreis bekam der Hamburger Hanseatic Help e.V., der Bedürftige mit Sachspenden versorgt. Weitere Preise gingen unter anderem an einen Verein zur Aufklärung gegen Tabak und ein Projekt, das Wohnungen an Flüchtlinge vermittelt.

▶ www.startsocial.de

Fair liegt vorn

Produkte mit Fairtrade-Siegel knacken Milliardengrenze

Ein sattes Plus von 18 Prozent können fair gehandelte Produkte für das Jahr 2016 verzeichnen. Die Verbraucher in Deutschland gaben insgesamt 1,2 Milliarden Euro für Waren mit dem Fairtrade-Siegel aus. Davon profitieren auch Arbeiter auf Plantagen und Kleinbauernorganisationen: Zusätzlich zum eigentlichen Erlös aus dem Verkauf ihrer Rohstoffe erwirtschafteten sie 21 Millionen Euro Fairtrade-Prämien. Mit ganzen 25 Prozent mehr Absatz hat Kaffee bei den fair gehandelten Produkten die Nase vorn. Das entspricht einem Marktanteil von 3,8 Prozent. Aber besonders Kakao macht einen echten Sprung. 2016 wurden 30 000 Tonnen Bohnen unter dem Fairtrade-Siegel verarbeitet; das sind 110 Prozent mehr als in den Jahren zuvor. Damit stammen insgesamt sechs Prozent des Kakaos auf dem deutschen Markt aus fairer Produktion. Grund für den starken Anstieg ist vor allem das Rohstoffprogramm für Kakao, über das seit 2014 auch Partner wie Ferrero, Lidl oder Rewe fair einkaufen.

▶ www.fairtrade-deutschland.de

Ja, ist denn heut schon …

Weihnachten kommt bekanntlich schneller, als man denkt. Deshalb hat das Entwickler-Team von „Schöner Spenden" diesen lebensgroßen Fundraising-Weihnachtsmann kreiert. Wird Geld in die nebenstehende Spendensäule geworfen, beginnt Santa Claus zu singen und zu tanzen – im Namen der bespendeten NGO. Der Sound kann individuell eingestellt werden, und wer des Rotkittels überdrüssig ist, kann die elektronische Spendensäule auch mit dem eigenen Maskottchen oder einer Lichterkette am Tannenbaum kombinieren. Bereits ab Juli ist das Ganze verfügbar. Auch am Badesee eine lustige Fundraising-Idee.

▶ www.schoener-spenden.de

Tierisch gut

„Vier Pfoten" gewinnt Preis für Werbespot

„Action Dog" hat immer Hunger und muss ständig zum Tierarzt, „Baby Cat" tötet Singvögel und bekommt ständig Babys. Was sich anhört wie eine Parodie auf Barbies Haustiere, ist Teil eines kreativen Werbespots der Tierschutzstiftung „Vier Pfoten". In dem Radiospot werden die Tiere wie Spielzeug angepriesen; erst beim genaueren Hinhören merkt der Zuhörer, dass es sich um echte, lebende Hunde und Katzen handelt. Am Ende folgt die Message: „Tiere sind kein Spielzeug. Schenken Sie deshalb lieber etwas anderes." Dafür gab es jetzt gleich drei „Bronzene Nägel" des Art Directors Club für den besten Radiospot in den Kategorien „Audio Craft/Regie", „Audio Radio Kampagne" und „Radio Einzelspot". Ausgedacht haben sich den Spot die Hamburger Kreativagentur GGH MullenLowe GmbH sowie die Audioproduktion Hastings Audio Network. „Mit unseren Ideen Organisationen wie ‚Vier Pfoten' zu unterstützen und dem Tierschutz zu helfen, das macht ganz viel Spaß – und auch ein bisschen stolz", freut sich Jan Wiendieck, Creative Director Copy bei der GGH MullenLowe GmbH.

▶ www.transparency.de

In guten Händen

Die Rechtsanwälte Bernd Beder, Fachanwalt für Erbrecht, und Dr. Christoph Mecking haben in enger Kooperation mit der Deutschen Fundraising Akademie und deren Geschäftsführer Dr. Thomas Kreuzer die Gesellschaft „Legatur" gegründet. Sie übernimmt auf Wunsch die komplette Nachlassabwicklung und unterstützt auch Erbschaftsfundraiser bei der Nachlassgewinnung, zum Beispiel bei Fragen des Erbrechts und der Gestaltung von Erbschaftsbroschüren und Begleitmaterialien.

▶ www.fundraisingakademie.de/beratung/legatur-nachlassabwicklung

Preis fürs Sammeln

Der Deutsche Integrationspreis ist der bis jetzt erfolgreichste Crowdfunding-Contest in Deutschland. Die Gemeinnützige Hertie-Stiftung will dabei vielversprechende Integrationsprojekte finden und bringt dafür Stiftungsförderung und Crowdfunding zusammen. Vierzig ausgewählte Projekte haben in der ersten Runde auf der Crowdfunding-Plattform startnext mehr als 16300 Unterstützer mobilisiert und insgesamt rund 570000 Euro gesammelt. Nun sollen die Projekte umgesetzt werden. Die Preisverleihung findet am 26. Oktober statt.

▶ www.ghst.de/deutscher-integrationspreis

Stark gegen Aids

Bis zum Jahr 2020 soll in Deutschland niemand mehr an Aids erkranken. Das ist das erklärte Ziel der Deutschen AIDS-Hilfe, die die Kampagne „Kein AIDS für alle" gestartet hat. Diese soll auf verschiedene Zielgruppen und Multiplikatoren zugeschnitten werden. In Deutschland erkranken derzeit im Jahr rund 1000 Menschen an Aids, weil sie nichts von ihrer HIV-Infektion wissen. Trotzdem infizieren sich in der Bundesrepublik im Vergleich zu anderen Ländern relativ wenige Personen mit dem Immunschwächevirus.

▶ www.aidshilfe.de

Wegweiser im Stiftungswesen

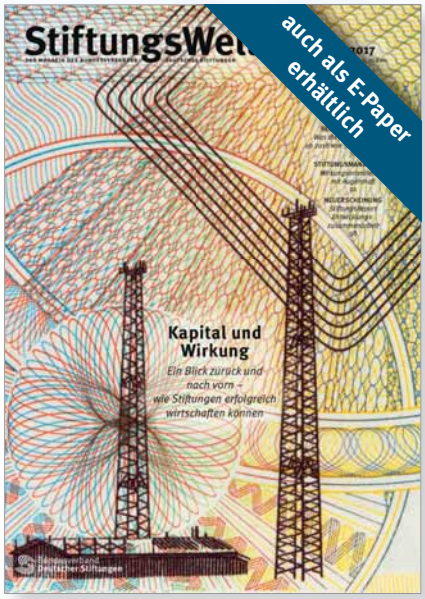
Publikationen des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen

Neue Auflage ab 1. Oktober – erstmals auch im Online-Abo

Verzeichnis Deutscher Stiftungen

Das umfangreichste Nachschlagewerk zum deutschen Stiftungswesen mit rund 23.000 Stiftungsporträts

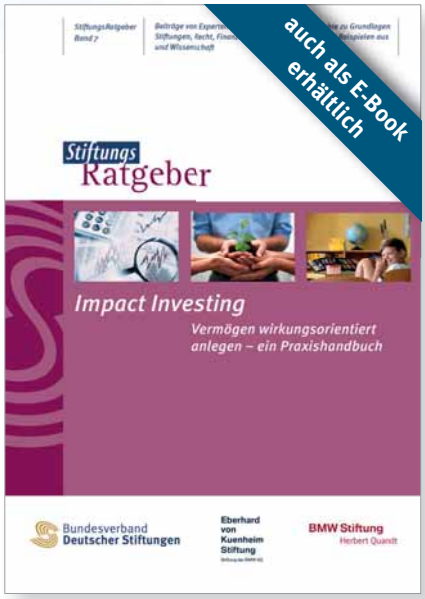
8., erweiterte Auflage | Berlin 2014
ISBN 978-3-941368-60-6 | ab 139 Euro



StiftungsWelt 01-2017: Kapital und Wirkung

Wie können Stiftungen erfolgreich wirtschaften und zugleich größtmögliche Wirkung erzielen?

Berlin 2017 | 102 Seiten | 15,90 Euro
kostenlos für Mitglieder



StiftungsRatgeber: Impact Investing

Der Praxisratgeber für Stiftungen zur wirkungsorientierten Vermögensanlage

Berlin 2016 | 348 Seiten | 19,80 Euro
für Mitglieder: 16,80 Euro

Bundesverband Deutscher Stiftungen

Bestellung und Informationen
www.stiftungen.org/shop
Telefon (030) 89 79 47-0

Tweets & Postings …

Fundraiser-Magazin
19. Mai ·

Der Streit um die Gemeinnützigkeit von Attac Deutschland geht in eine neue Runde. Bläst jetzt Bundesfinanzminister Wolfgang Schäuble zur Gegenattacke?

Anweisung vom Minister? Finanzamt geht weiter gegen Attac vor

Nächste Runde im Rechtsstreit zwischen Finanzamt und Attac: Nach dem ein Gericht den Globalisierungskritiker die Gemeinnützigkeit bestätigte, will die Behörde jetzt…

FUNDRAISER-MAGAZIN.DE

Fundraiser-Magazin
@fundraiser_mag

@Attacd muss weiter auf Gemeinnützigkeit warten. Finanzamt Frankfurt zieht alle Register um Urteil zu Gusten von Attac zu verhindern. #Posse

Retweets 15 Gefällt 3

11:22 - 17. Mai 2017

2 15 3

Twittere deine Antwort

Heiko Müller @Ekynos · 17. Mai
Antwort an @fundraiser_mag @Attacd
Macht hin, ich muss die Steuer 2016 fertig machen!

1 1

Attac Deutschland @Attacd · 17. Mai
Sie können Mitgliedsbeiträge und Spenden in der Steuererklärung angeben und die Zuwendungsbestätigung nachreichen: attac.de/kampagnen/jetz…

1 1

Heiko Müller @Ekynos · 17. Mai
Danke, wird gemacht

Christian H Schuster
@chschuster
Folge ich

Tolles Interview mit @peneitz fürs @fundraiser_mag über Mitgliederbindung gehabt. Freue mich auf den Artikel und Grüße nach HH!

Eric Mischke @MischkeEric · 11. Mai
@fundraiser_mag and Lineupr side by side at the 22th @alumniclubsnet conference. #excited

Original (Englisch) übersetzen

Kinderlachen-Eifel
@Jugendreisen54
Folge ich

Einen herzlichen Gruß an @fundraiser_mag @KirstenKirsten Danke fürs folgen und ❤ willkommen >> Want this FREE? commun.it/grow-your-like …

Fundraiser-Magazin hat action medeor e.V.s Beitrag geteilt.
· 23. Mai um 18:26 ·

Da darf man sich wirklich freuen.

action medeor e.V. 😇 fantastisch.
23. Mai um 14:11 ·
Seite gefällt mir

Unglaublich: Unsere großartige Botschafterin Anke Engelke hat gestern bei "Wer wird Millionär" 500.000 Euro für die Arbeit von action medeor gewonnen! Vielen Dank vom ganzen Team! ❤

Anke Engelke bei „Wer wird Millionär“: Voller Einsatz für action medeor

Voller Einsatz für action medeor: Anke Engelke erspielt 500.000 Euro für action medeor bei „Wer wird Millionär“. © RTL/Stefan Gregorowius

MEDEOR.DE

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: CHF 56,00). Ich erhalte 6 Ausgaben des Fundraiser-Magazins (erscheint 2-monatlich). Wenn ich bis spätestens 6 Wochen vor Ablauf des Bestellzeitraums nichts von mir hören lasse, verlängert sich mein Abonnement automatisch um ein weiteres Jahr.

Bitte senden Sie die Rechnung an folgende Adresse (Ich bin der Abonnent):

..... Organisation / Firma

..... Abteilung / Bereich

..... Anrede Titel

..... Vorname Name

..... Straße Hausnummer

..... PLZ Ort

..... **E-Mail-Adresse für den Rechnungsversand**

..... Datum, Unterschrift

Bitte senden Sie das Fundraiser-Magazin an folgende (abweichende) Lieferanschrift

..... Organisation / Firma

..... Abteilung / Bereich

..... Anrede Titel Vorname Name

..... Straße Hausnummer

..... PLZ Ort

Widerrufsrecht: Diese Bestellung kann ich innerhalb der folgenden zwei Wochen ohne Begründung bei der Fundraiser-Magazin GbR, Altlockwitz 19, 01257 Dresden schriftlich widerrufen. Dass ich dieses Recht kenne, bestätige ich mit meiner folgenden Unterschrift.

..... Datum, Unterschrift

4/2017

„Hochschulfundraising ist Philan

In den USA und in Großbritannien betreiben Hochschulen schon lange Fundraising. Inzwischen suchen auch Hochschulen im deutschsprachigen Raum zunehmend die Unterstützung durch private Förderer. Die 2003 gegründete Eidgenössische Technische Hochschule (ETH) Zürich Foundation gehört zu den Pionieren. Um Details über das genaue Profil des Fundraisings für die Hochschule zu erfahren, sprach Leticia Labaronne, Studienleiterin Diplomlehrgang Fundraising-Management an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) in Winterthur, mit zwei Mitgliedern der Geschäftsleitung der ETH Zürich Foundation: Corinna Adler (rechts im Bild) ist Leiterin Partnerschaften. Ihre Kollegin Amina Chaudri (links) verantwortet den Bereich Legate und Kommunikation. Beide gehören zum Dozenten-Team des Weiterbildungskurses Major-Donor-Fundraising an der ZHAW Winterthur.

? Im vergangenen Jahr hat Ihre Stiftung rund 48 Millionen Franken Fördermittel erhalten. Was zeichnet ein erfolgreiches Hochschulfundraising aus?

Corinna Adler: *Die Grundlage ist eine klare Strategie. Welche Schwerpunkte setzt sich unsere Hochschule für die Zukunft? Welchen Stellenwert sollen Drittmittel haben? Für welche Projekte suchen wir private Mittel? Die Schulleitung der ETH Zürich hat unter anderem die Förderung von talentierten Studierenden sowie Gesundheitswissenschaften und Data Science als Schwerpunkte definiert. In diesen Bereichen investiert die Hochschule selber viel – und sucht gleichzeitig die Unterstützung durch private Förderer.*

Amina Chaudri: *Ist die Strategie klar, gilt es, für jedes einzelne Projekt zu überlegen, wen dies in unserer Gesellschaft interessieren und begeistern könnte. Dann gehen wir aktiv auf*

thropie für die Wissenschaft“

Unternehmen, Privatpersonen, Stiftungen und Organisationen zu.

? Worauf muss man dabei achten?

Corinna Adler: *Bei uns stehen die Gönnerinnen und Gönner mit ihren Interessen im Zentrum – Stichwort „donor centric“. Sie erhalten die Gelegenheit, sich an etwas Großem und Bedeutendem zu beteiligen – der Entwicklung der Technologien von morgen. Ich spreche dabei eigentlich lieber von Philanthropie für die Wissenschaft als von Hochschulfundraising. Denn es geht um mehr als Fördermittel einwerben – es geht um die geteilte Begeisterung für innovative Projekte.*

Amina Chaudri: *Die Förderer werden Teil eines Netzwerkes, zum Beispiel in Themenbereichen, die sie besonders interessieren. Dabei profitieren sie auch vom persönlichen Austausch mit den geförderten Studierenden und Forschenden. Unser Ziel ist immer, langfristige Beziehungen zu unseren Förderern aufzubauen. Deshalb sollte das Fundraising einer Hochschule systematisch und nachhaltig sein.*

? Was bedeutet das?

Amina Chaudri: *Es macht wenig Sinn, nur punktuell beispielsweise für eine einmalige Veranstaltung Mittel einzuwerben, die nicht an der ETH verankert ist. Langfristige Beziehungen zu pflegen heißt auch, dass die Förderer der Hochschule verbunden bleiben mit ihrer Unterstützung. Nur so können wir planbarer erfolgreich sein: Die Hochschule muss mit den von uns eingeworbenen Mitteln rechnen können, um ihre strategischen Ziele zu erreichen.*

Corinna Adler: *Das Umfeld, um dieses Ziel zu erreichen, ist zum Glück gut. Die große Bedeutung von Bildung und Wissenschaft ist in unserer Gesellschaft erkannt. Außerdem führt die immer stärker international ausgerichtete Suche nach Talenten dazu, dass mehr Unternehmen und Organisationen die Nähe zu den Hochschulen suchen. In der Philanthropie für die Wissenschaft herrscht deshalb Aufbruchstimmung.*

? Gibt es weitere Punkte, die für ein erfolgreiches Hochschulfundraising wichtig sind?

Corinna Adler: *Ich denke, abgesehen von den bereits erwähnten Aspekten muss jede Hochschule ihre eigene Version des Fundraisings finden, die zur Kultur der Organisation passt. Dass wir zum Beispiel die Beziehungspflege betonen, passt zur ETH Zürich, die das Alumni-Wesen schon immer gepflegt hat. Tradition hat auch, dass unsere Professorinnen und Professoren mit Industrieunternehmen kooperieren.*

> „Es geht um mehr als Fördermittel einwerben – es geht um die geteilte Begeisterung für innovative Projekte.“

Amina Chaudri: *Auch bei der Organisation des Fundraisings muss eine Hochschule ihren eigenen Weg finden. Die ETH Zürich hat sich für eine eigenständige Stiftung entschieden. Eine andere Hochschule wird vielleicht eine Stabsstelle oder ein Schulleitungsmitglied damit beauftragen. Verschiedene Wege führen zum Ziel.*

Corinna Adler: *Klar ist, weil das Hochschulfundraising ein wachsender Markt ist, werden an den Hochschulen zusätzliche Mitarbeitende dafür gesucht.*

? Welche Voraussetzungen muss eine solche Person mitbringen?

Corinna Adler: *Die Anforderungen unterscheiden sich kaum von anderen Bereichen des Fundraisings. Gesucht sind begeisterungsfähige und begeisternde Menschen, die eine positive Einstellung und ein gewinnendes Auftreten haben. Weil die Beziehungspflege der wichtigste Aspekt unserer Arbeit ist, suchen wir Mitarbeitende, die Freude daran und Erfahrung darin haben, langfristige Beziehungen aufzubauen und zu pflegen.*

? Eine Hochschulausbildung ist nicht notwendig?

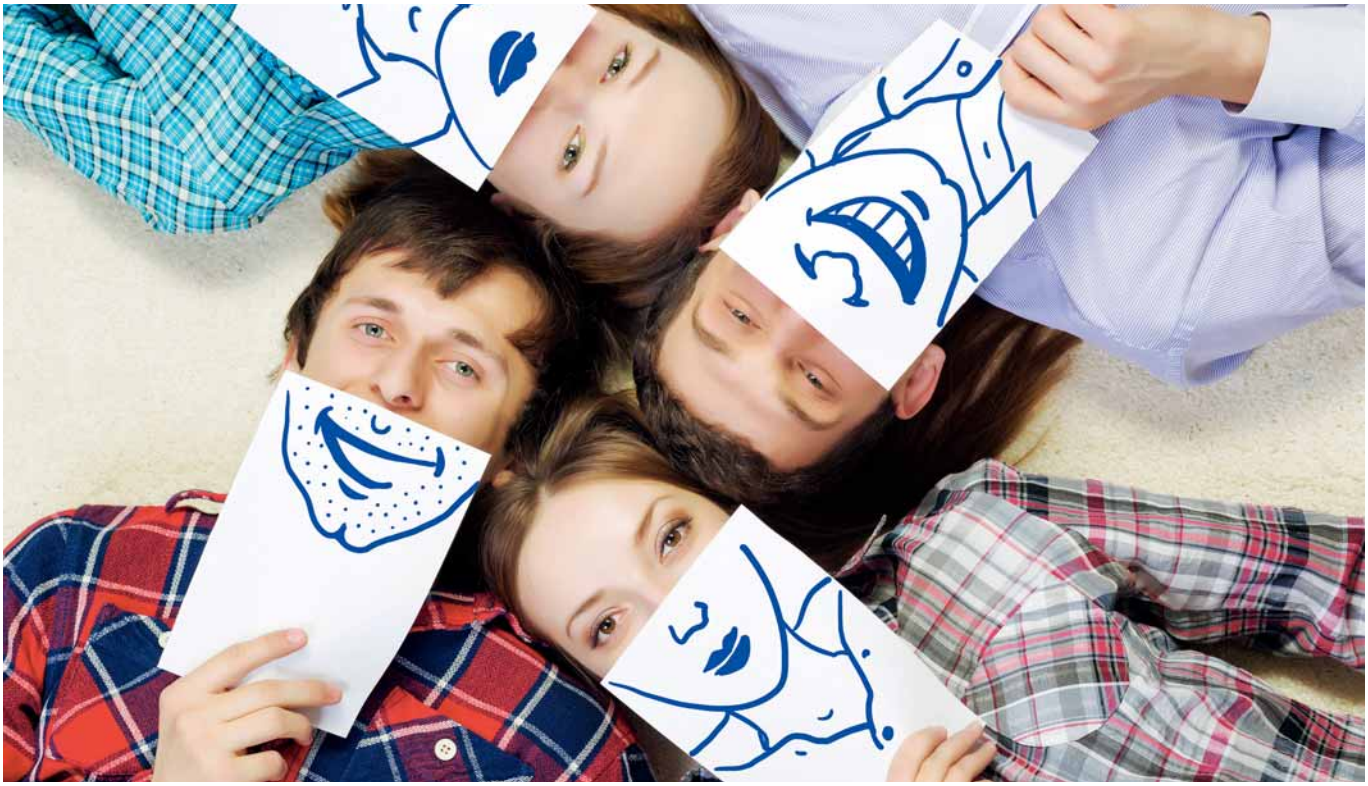
Amina Chaudri: *Nein, man kann das Hochschulwesen auch neu kennenlernen. Wichtig ist, dass jemand neugierig und ambitioniert ist und über Durchhaltewillen verfügt. Eine gute Mischung von Mitarbeitenden mit unterschiedlichen Hintergründen im Team ist bereichernd. Deshalb sind bei uns auch Quereinsteiger aus dem Nicht-Hochschulbereich willkommen. Corinna Adler und ich sind das beste Beispiel dafür, dass unterschiedliche Lebensläufe ins Hochschulfundraising führen.*

? Inwiefern?

Corinna Adler: *Ich habe an der ETH Zürich Agrarwissenschaften studiert und danach in der Industrie gearbeitet. Seit zehn Jahren arbeite ich für die ETH Zürich Foundation und habe mitgeholfen, das Fundraising für die Hochschule aufzubauen. Ich war schon immer fasziniert davon, verschiedene Welten zusammenzubringen. Das kann ich in meiner jetzigen Tätigkeit sehr gut ausleben – Wissen und Menschen verknüpfen.*

Amina Chaudri: *Ich war lange beim Schweizer Radio und Fernsehen (SRF) tätig – zuerst als Musik-Journalistin, später als Leiterin Sponsoring und Partnerschaften. Während dieser Zeit gab es viele Berührungspunkte mit der ETH Zürich. So bin ich der faszinierenden Welt der Wissenschaft begegnet. Meine Leidenschaft ist es, Menschen für innovative Projekte zu begeistern, die unsere Gesellschaft voranbringen.* ◘

▶ www.ethz-foundation.ch
▶ www.zhaw.ch/zkm/fundraising-major-donor



Freiwillige führen und motivieren

Wie Organisationen ehrenamtliches Engagement fördern

Auf freiwillige Helfer können viele Vereine und Initiativen nicht verzichten: Ehrenamtliche packen aus Überzeugung mit an – und das ganz ohne Bezahlung. Doch die Motivation geht schnell flöten, wenn die Organisation sie nicht einbezieht.

Von PETER NEITZSCH

Warum übernehmen Menschen ein Ehrenamt? Die Gründe dafür sind vielfältig. Nur wer sie kennt, kann das Engagement optimal fördern. „Anders als Hauptamtliche suchen sich Freiwillige verstärkt Aufgaben, die ihnen Spaß machen und die sie sinnvoll finden", erklärt die selbstständige Organisationsberaterin Irene Sachse. An der NPO-Akademie in Wien bietet sie den Lehrgang „Professionelles Freiwilligenmanagement" an. Non-Profit-Organisationen (NPOs) lernen dort, wie sie die Arbeit mit Ehrenamtlichen besser strukturieren können. Für viele Ehrenamtliche sei der soziale Aspekt wichtig, erläutert Sachse, also „unter Leute zu kommen". Auch mit Blick auf die Arbeitsmoral würden sich freiwillige Helfer von bezahlten Mitarbeitern unterscheiden: „Freiwillige bleiben häufiger einfach mal weg, wenn sie etwa keine Zeit mehr für das Ehrenamt finden." Organisationen haben zwei Wege, mit diesem Problem umzugehen: immer neue Freiwillige rekrutieren oder die Aktiven an sich binden. Wie das geht? Ohne Gehalt und Arbeitsvertrag zählt allein die persönliche Motivation.

„Das Österreichische Rote Kreuz vergibt zum Beispiel Auszeichnungen, führt Ehrungen durch und motiviert durch den Aufstieg in der Hierarchie der Ehrenamtlichen." Wenn das Ehrenamt noch einen Zusatznutzen bietet, wirkt sich das ebenfalls positiv auf die Motivation aus: Etwa weil ein Helfer dabei die Ausbildung zum Rettungssanitäter absolvieren kann. „Vieles spielt sich auch auf der persönlichen Ebene ab", weiß die Expertin. Wichtig für das Zugehörigkeitsgefühl sind deshalb auch Glückwünsche zum Geburtstag oder Genesungswünsche bei einer Krankheit.

„Das Schlimmste ist, wenn Mitglieder das Gefühl haben, ihr Engagement sei nicht erwünscht", weiß Christian H. Schuster, Geschäftsführer von ADVERB, der Agentur für Verbandskommunikation in Berlin. Vor allem neue Mitglieder wollen oft kein Ehrenamt auf Dauer, sondern sich zunächst bei einem konkreten Projekt einbringen. Starre Verbandsstrukturen wirken da oft abschreckend. Fatal sind auch Sprüche wie: „Das haben wir schon immer so gemacht." Oder: „Das ging bisher auch ohne." Dann sind die Neuen oft schon nach kurzer Zeit wieder weg.

Die Geschäftsstelle sollte immer der erste Ansprechpartner für Ehrenamtliche sein und diese unkompliziert unterstützen. „Viele Vereine leben vom Ehrenamt, da dürfen Engagierte nicht wie Bittsteller behandelt werden“, warnt Schuster. Wenn die Geschäftsstelle nur an einem Nachmittag in der Woche telefonisch zu erreichen ist, reicht das nicht aus. Anfragen sollten die Hauptamtlichen immer rasch und unkompliziert beantworten – auch wenn sie per Mail oder Facebook kommen. Lediglich auf die Homepage zu verweisen, reicht da nicht aus.

Wer unbezahlt arbeitet, darf erwarten, dass seine Arbeit auch gewürdigt wird. „Man kann es auch mal den Ehrenamtlichen überlassen, Medienanfragen zu beantworten“, rät Schuster. Schließlich muss nicht immer der Geschäftsführer das Interview geben. Auch das ist eine Form öffentlicher Anerkennung. Gut für die Motivation ist auch, wenn Ehrenamtliche selbst Entscheidungen treffen dürfen. „Freiwillige fühlen sich geschätzt, wenn sie einen eigenen Verantwortungsbereich haben“, sagt Organisationsberaterin Sachse.

Verantwortung an Ehrenamtliche abzugeben, fällt vielen Hauptamtlichen jedoch schwer. Schlimmstenfalls führt das zu Konflikten zwischen beiden Gruppen, berichtet Sachse: „Es gibt häufig Streit um die Frage: Wer macht die Arbeit besser?“ Schließlich sind viele Freiwillige auch eine Art Konkurrenz für die Festangestellten, die ihr Gehalt rechtfertigen müssen. „Organisationen, die das gut machen, trennen deshalb beide Aufgabenbereiche und legen klar fest: Was ist Ehrenamt und was bezahlte Tätigkeit?“

Wenn eine Organisation viel mit ehrenamtlichen Helfern arbeitet, lohnt sich außerdem der Aufbau professioneller Strukturen für das Freiwilligenmanagement. „Eine Möglichkeit besteht darin, einen Freiwilligenkoordinator einzusetzen, der sich speziell um die Belange Ehrenamtlicher kümmert“, weiß Sachse. Eine andere Form der Professionalisierung ist der Einsatz betriebswirtschaftlicher Methoden: eine aktive Personalpolitik etwa oder Instrumente wie Evaluation und Qualitätsmanagement.

„Hauptamtliche wollen oft nur hören, dass sie bereits alles richtig machen“, berichtet Agenturchef Schuster. Auch deshalb rät er den Vorständen, regelmäßig sowohl die Mitglieder des Vereins als auch die Freiwilligen zu befragen. Was sind eure Bedürfnisse? Was erwartet ihr vom Verband? „Eine Mitgliederbefragung ist das größte Geschenk, das ein scheidender Vorstandsvorsitzender an seinen Nachfolger machen kann.“ Oft gibt so eine Umfrage den entscheidenden Anstoß, das Angebot des Vereins zu verändern oder alte Strukturen zu überdenken.

Bank
für Sozialwirtschaft

Fundraising professionalisieren.

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

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

Die Bank für Wesentliches

Mehr als nur „Nice-to-have“

Auch Spenden für kulturelle Projekte benötigen die richtigen Argumente

Die meisten Institutionen und Projekte aus der sogenannten Hochkultur (Oper, Theater, Museen) sind auf hohe staatliche Subventionen angewiesen, da die eigenwirtschaftlichen Erträge wie Karten- oder Rechteverkauf nur einen Teil der Betriebs- oder Projektkosten zu decken vermögen. Auch dann besteht oft eine zusätzliche Finanzierungslücke, die unter anderem mittels Spenden gedeckt werden muss.

Von LETICIA LABARONNE und BRUNO SEGER

Eine erhebliche Rolle bei der Kulturfinanzierung spielt die private Förderung durch Einzelpersonen, Stiftungen oder Unternehmen, wobei deren Anteil im deutschsprachigen Raum derzeit auf höchstens 20 Prozent des Gesamtvolumens geschätzt wird. Typischerweise wird im Kulturfundraising mit dem drohenden Rückgang staatlicher Förderung oder dem Eigenwert der Kunst sowie der Exzellenz der schöpferischen Leistungen argumentiert. Es stellt sich hier die Frage, ob diese Argumentation (Case for Support) für die Weiterentwicklung eines professionellen Kulturfundraisings ausreicht. Weshalb sollten sich Stiftungen, private Spender und Unternehmen vermehrt für Kunst- und Kulturaktivitäten engagieren?

Neben dem Rekurs auf den hohen ideellen Wert der Künste wird oft auch an Spenderbedürfnisse wie Zugehörigkeit und Teilhabe beispielweise im Rahmen von Mitgliedschaften in Förderkreisen sowie gesellschaftliche Geltung und Distinktion appelliert. Für passionierte Kunstliebhaber mag ein solcher auf Werkinhalte oder subjektive Bedürfnisse beruhender Nutzen genügend Spendenmotivation darstellen. Es ist zu bedenken, ob ein solcher Appell für die Ansprache breiterer Spendergruppen ausreicht. Denn im Kulturbereich ist im Unterschied etwa zur Dringlichkeit der Katastrophenhilfe oder der medizinischen Versorgung ein Case for Support weit vager erkennbar, nicht zuletzt auch, weil die klassische Hochkultur jeweils nur von einer Minderheit wahrgenommen und konsumiert wird. Dennoch finden sich im Hinblick auf die gesellschaftliche Funktion und Bedeutung von Kunst und Kultur ausreichend Argumente zu spenden.

Aus vorwiegend ökonomischer Sicht wird Kulturförderung dadurch legitimiert, dass Kulturgüter immer auch öffentliche Güter sind, die über den privaten Konsum hinaus einen hohen Wert für die Allgemeinheit haben. Dabei manifestiert sich diese gesellschaftliche Wirkung der Künste in folgenden Dimensionen:

- Optionswert: Die Bereitstellung von Kulturangeboten ermöglicht auch einem momentanen Nichtnutzer, sie bei Bedarf jederzeit zu nutzen.
- Existenzwert: Kulturprodukte sind Bestandteil der kulturellen Identität, indem sie einen für eine Gemeinschaft repräsentativen Symbolwert besitzen.
- Vermächtniswert: Auch künftige Generationen sollen die Möglichkeit haben, am tradierten kulturellen Erbe zu partizipieren.
- Prestigewert: Kulturinstitutionen

- können auch für Nichtnutzer als Imagefaktor für ihre Stadt oder ihr Land von besonderem Wert sein.
- Bildungswert: Kulturangebote haben einen positiven Effekt auf Bildung und Kreativität.

Aus sozialpolitischer Perspektive werden häufig genuine Interessen und Ziele wie Integration, gesellschaftlicher Zusammenhalt und kulturelle Überlieferung angeführt. Kulturgüter sind in diesem Sinne meritorische Güter (collective benefits), deren Konsum besonders wünschenswert ist und durch Fördermaßnahmen erhöht werden soll.

Der Case for Support ergibt sich in der Kultur primär aus den konkreten Bedingungen und Zielen, denen ein Kulturprojekt unterliegt. Geht es um die nächste Ausstellung, einen Neubau oder um Talentförderung? Es lohnt sich jedoch andererseits, jeweils über den unmittelbaren Anlass oder den konkreten Inhalt hinaus zu kommunizieren, was den politisch-gesellschaftlichen Nutzen eines förderungswürdigen Projekts darstellt sowie die gesellschaftliche Gesamtwirkung von Institutionen im Kunst- und Kulturbereich zu vermitteln.

Die Ausarbeitung eines Case for Support, der den spezifischen gesellschaftlichen Nutzen von Kulturprojekten aufzeigt, ermöglicht es, die rationale Dimension der Spenderansprache prägnanter zu formulieren und so zu vermeiden, dass Kulturprojekte nicht eindimensional als Selbstzweck oder gar als bloßes „Nice-to-have“ wahrgenommen werden. Denn Spender wollen Projekte unterstützen, die einen Unterschied machen. Mit der Ansprache der subjektiven Spenderbedürfnisse sowie der ästhetischen Qualität der Werke kann andererseits gleichzeitig die emotionale Dimension der Spendermotivation in die Argumentation einbezogen werden.

Leticia Labaronne studierte International Studies und besitzt das Certificate in Fundraising Management des UK Institute of Fundraising. In der Schweiz erwarb sie ein Masterdiplom in Non-Profit-Management. Nach verschiedenen Engagements im Fundraising und Sponsoring im Kulturbereich ist sie seit 2009 am Zentrum für Kulturmanagement der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) tätig.

Bruno Seger studierte Psychologie und Literaturwissenschaft an der Universität Zürich. Nach langjähriger Tätigkeit als Psychologe und als Leiter einer NPO wechselte er als Dozent zur ZHAW, wo er das Zentrum für Kulturmanagement und den berufsbegleitenden Masterstudiengang für Arts Management ins Leben rief.

▶ www.zhaw.ch/zkm

WSAG Walter Schmid AG
DIE BESTE ADRESSE FÜR ADRESSEN

MailTec AG

Zwei Unternehmen, eine Leidenschaft:
Vom Datenmanagement bis zum fertigen Mailing alles aus einer Hand.

DATENMANAGEMENT

SPENDERADRESSEN
DIE AUSWAHL MACHT DEN UNTERSCHIED

GÖNNERSTAMM ANALYSE
FÜR MEHR TRANSPARENZ

NPO DATENBANK
FÜR EIN EFFIZIENTES DATENMANAGEMENT

ADRESSEN-SERVICE
NUR KORREKTE ADRESSEN ERREICHEN IHR ZIEL

Walter Schmid AG
Auenstrasse 10
8600 Dübendorf
wsag.ch

PRODUKTIONSMANAGEMENT

BERATUNG
PERSÖNLICH. INDIVIDUELL. LÖSUNGSORIENTIERT

PRODUKTIONSLEITUNG
MIT UNS SPAREN SIE RESSOURCEN

DIRECT MAILING
25 JAHRE ERFAHRUNG INBEGRIFFEN

GIVEAWAY
KLEINE GESCHENKE MIT GROSSER WIRKUNG

MailTec AG
Auenstrasse 10
8600 Dübendorf
mailtec.ch

Wie sage ich es meinem Vorstand?

Positionierung des Fundraisings in Non-Profit-Organisationen

Fundraiser sind Kommunikationstalente, wenn es um die Erhöhung der Spendenbereitschaft in der Bevölkerung geht. Kommunizieren sie dagegen mit dem eigenen Vorstand oder der Geschäftsführung, scheint sie dieses Talent oftmals zu verlassen. Die Folge: Sprachlosigkeit und Kommunikationsstörungen zwischen den verschiedenen Abteilungen.

Von FELIX RICHTER
und DR. ULRIKE SCHENK

Fundraiser sind einerseits wichtig und unabdingbar, wenn es darum geht, die notwendige Liquidität für Projekte zu beschaffen. Andererseits werden sie wegen ihres gewinn- und marktorientierten Vorgehens kritisiert. Missverständnisse und damit einhergehende Reibungsverluste rufen uns Organisationsberater als neutrale Moderatoren auf den Plan. Als solche sehen wir unsere Aufgabe darin, Fundraisingabteilungen in die Gesamtorganisation einer NPO zu integrieren. Dazu müssen wir in einem ersten Schritt klären, wie Fundraising in der NPO positioniert ist und wie es in das jeweilige Organisationsmodell verankert werden soll. Einfache und allgemeingültige Lösungen helfen hier nicht weiter. Isolierte Bemühungen, „einfach mal miteinander zu sprechen", scheitern.

Viele Kommunikationsstörungen sind auf einen strukturellen Grundkonflikt zwischen gemeinnützigen und gewinnorientierten Zielen zurückzuführen. Diese strukturelle Problematik ist nur über passgenaue Kompromisse zu lösen. „Best practice"-Erfahrungen einfach zu übernehmen, funktioniert nicht, weil sie von den „Immunsystemen" der jeweiligen Organisation abgestoßen werden. Um die relevanten Beteiligten mit ihren Aufgabenbereichen zu berücksichtigen und hierzu ein gegenseitiges Verständnis zu entwickeln, sollten Diskussionen und Gespräche darüber angeregt werden, wie und welche Aufgaben gemeinsam zu lösen sind.

Strukturelle Konflikte lösen

Lösungsansätze sehen wir darin, dass Ziele, Instrumente und Abläufe der einzelnen Abteilungen untereinander abgestimmt sind. Um die Fundraisingabteilungen erfolgreich zu integrieren, sind Routinen und Instrumente auf den verschiedenen Ebenen zu verankern. Fundraiser können das auf folgende Weise initiieren:

Konflikte ergeben sich oft aus Unkenntnis über die unterschiedlichen Zielvorstellungen der einzelnen Abteilungen. Während sich Fundraiser an quantitativen und qualitativen „Marketing"-Zielen orientieren, streben Projektleiter beispielsweise hohe Wirkungen (Impact) im Feld an. Um

gegenseitiges Verständnis für die jeweiligen Ziele und die damit verbundenen Sachzwänge zu entwickeln, ist ein konstruktiver Austausch über die unterschiedlichen Zielsetzungen sinnvoll. Im Idealfall gelingt dieser Perspektivwechsel im Rahmen regelmäßiger Workshops, in denen die verschiedenen Ziele aufgezeigt und wenn möglich auch operationalisiert werden. Um Konflikte auf der Zielebene dauerhaft zu mindern, sollte die Leitungsebene in Absprache mit den Abteilungen ein gemeinsames und verbindliches Zielsystem etablieren.

Die Ziele der anderen kennen

Um Verständnis für ihre Arbeit und ihren Bereich zu erlangen, sollten Fundraiser immer das Gespräch innerhalb der NPO suchen. Unvertraute Arbeitsweisen, andere Abteilungslogiken und Unkenntnis der anderen können schnell zu Misstrauen führen. Hier gilt es, eine abteilungsübergreifende Kultur zu fördern.

In den Abläufen liegen oft die versteckten Ursachen für Widersprüche, die dann als Konflikt an der Oberfläche aufbrechen. Wenn Fundraiser auf der Führungsebene nicht vertreten und somit in strategische Entscheidungen der Organisation nicht eingebunden sind, ist es angeraten, Routinen zu entwickeln, mit denen eine abteilungsübergreifende Abstimmung institutionalisiert wird. In einem ersten Pilotprojekt können Fundraiser beispielsweise die Sinnhaftigkeit der Integration aufzeigen. Alternativ kann auf Leitungsebene angeregt werden, ganzheitliche (Steuerungs-)instrumente zu etablieren.

„Value Integration Canvas"-Methode

Bei der Beratung einer NPO mit sozialen, ökologischen oder christlichen Zielsetzungen haben wir erfolgreich die „Value Integration Canvas (VIC)"-Methode angewendet. Mit deren Hilfe werden nachhaltige und wirtschaftliche Ziele der Organisation aufeinander abgestimmt. Das VIC ist ein Tableau, auf dem alle relevanten Ziele, Strategien und Ressourcen abteilungsübergreifend eingetragen werden. Wird dies teamübergreifend erarbeitet, so werden zwangsläufig die verschiedenen Partikularinteressen in den Blick genommen und in ganzheitlicher Weise aufeinander abgestimmt. Alle Beteiligten können so nachvollziehen, wie sie „in das große Bild" passen.

Reflexionsfläche in Bildern

Kulturveränderungen erreichen wir durch das Skizzieren der Organisation in Bildern (z.B. als Gebäude, als Fahrzeug). Die symbolische Vorgehensweise ermöglicht ein tieferes Verständnis. Bilder bieten eine Reflexionsfläche, um Themen anzusprechen und bestimmte Diskussionen für eine gewisse Zeit zu beenden. Bei einer NPO zeigte das Bild beispielsweise ein Fahrzeug, das nicht funktionierte (mit einem zahlengetriebenen und einem sozialen Teil). Das Verändern von Handlungsroutinen (wie abteilungsübergreifende Besprechungen, Regeln) ermöglichte, dass die gegenseitigen Bedarfe thematisiert wurden. Regelmäßige Abstimmungen führen dann dazu, dass Abläufe besser zusammenwirken und sich die Zusammenarbeit verbessert. Dabei knüpfen wir an bestehende Werte und Abläufe an.

Nachhaltige Brücken werden innerhalb der eigenen Organisation geschaffen, wenn Glaubenssätze und Sichtweisen („Denen geht es doch nur ums Geld!") relativiert werden. Kommunikation ist hierfür unerlässlich, Erfolg verspricht sie dann, wenn sie zu neuen Handlungsroutinen, Regeln und Normen führt. ◘

Felix Richter ist Geschäftsführer der Kompetus Management Consulting GmbH und seit 1996 Strategie- und Organisationsberater für Non-Profit-Organisationen sowie die öffentliche Verwaltung.
▶ www.kompetus.de

Dr. Ulrike Schenk ist Leiterin der INSA-Consulere Niederlassung in Berlin. Sie unterrichtet derzeit an der Hochschule für Wirtschaft und Recht im Fachbereich Profit- und Non-profit-Management in Berlin.
▶ www.insa-consulere.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

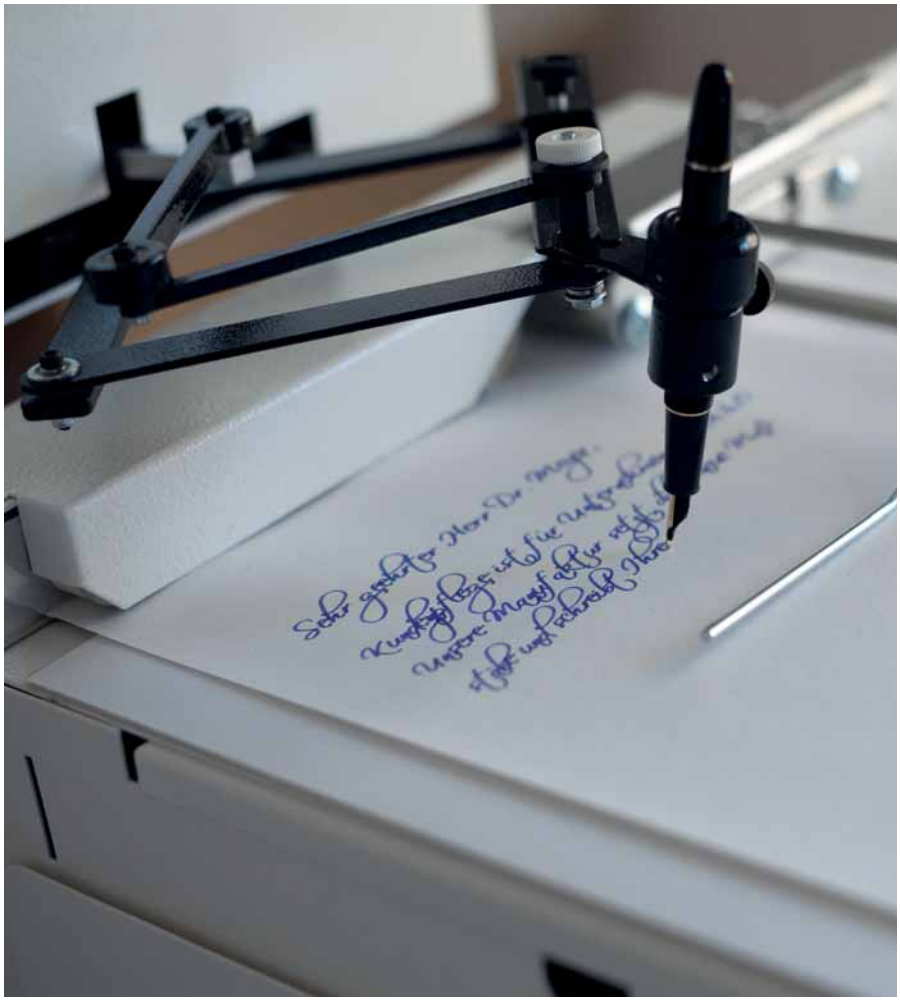
V & M Service GmbH • 78421 Konstanz • Telefon 07531-282180 • post@bussgeld-fundraising.de

Mit echten Unterschriften punkten

Warum einfach, wenn besonders so viel erfolgreicher ist?

Mailings sind nach wie vor nicht aus der Spendenakquise wegzudenken. Doch in der Masse droht manch unpersönlicher Brief unterzugehen. Das muss nicht sein, wie ein Spendenbrief des Kinderhospizes Mitteldeutschland zeigt.

Von ALEXANDRA SIEVERT-HEIDEMANN und STEPHAN MASCH



Diesmal konnte der Geschäftsführer sein Handgelenk schonen – der Schreibroboter von Signascript in Aktion.

Mailings unterstützen den Fundraiser planbar in seiner Spendenakquise. Nach wie vor ist der persönlich adressierte Brief laut „GfK Charity Scope" mit über 20 Prozent nach der Dauerspende der erfolgreichste Spendenanstoß. Wie kann man diesen persönlichen Brief noch erfolgreicher machen? Diese Frage war Ausgangspunkt einer Überlegung des Trägervereins des Kinderhospizes Mitteldeutschland in Tambach-Dietharz. In diesem Verein steht die „ganz persönliche Schiene" schon seit einiger Zeit im Vordergrund. Handgeschriebene Anreden und Unterschriften wurden in langwierigen Aktionen in den Brief integriert. Ein Zeitaufwand, der oft dafür sorgte, dass das Mailing zu spät versendet wurde.

Persönlicher Touch erfolgreich

Dennoch gab der Erfolg der Idee recht, den üblichen Brief auf diese Weise zu veredeln. Doch wie könnte man trotz dieses Aufwands die Briefe pünktlich versenden? Die Zeitschiene für ein Mailing ist von der Vorbereitung im Layout, Text, Druck und in der anschließenden Personalisierung ja eng getaktet.

Als Testzielgruppe wurden 14 000 Firmenadressen ausgewählt, davon 5 000 warme Spenderadressen. Der Rest wurde von der Deutschen Post als Kaltadressen gemietet. Thema des Mailings war „Spenden statt Geschenke". Die Firmen sollten das Budget, das für Weihnachtsgeschenke geplant war, an das Kinderhospiz spenden. Dazu war eine Auflieferung Anfang Oktober notwendig, da später mutmaßlich die Ausgaben für Weihnachtspräsente bereits getätigt waren.

Inhalt des Mailings waren ein Anschreiben, ein Folder mit Überweisungsträger und Formular für die Dauerspende und ein Folder, in dem die Ziele, Ansprechpartner und Statements von Firmen nachzulesen sind.

Nachdem Layout und Text erstellt waren und alles im Offset vorgedruckt war, erfolgte die Adressierung in diesem Fall digital auf dem Anschreiben. Das war nötig, um eine Nachverfolgung per „PremiumAdress" zu ermöglichen. Anrede und Originalunterschrift des Geschäftsführers sollten wieder handschriftlich eingefügt werden.

Schreibroboter im Einsatz

Da die Postauflieferung an einem Fixtermin erfolgen sollte, war für 14 000 Briefe nur sechs Arbeitstage Zeit. Und das unter Einhaltung der Postsortierung!

Für die Unterschrift und Anrede wurde erstmals ein Handschriftensystem der

Signascript Deutschland GmbH & Co. KG verwendet. Dieser „Schreibroboter“ kann mit Füller, Kugelschreiber oder Bleistift automatisch Anrede und Unterschrift an die gewünschten Stellen schreiben. Zuvor wird die Originalunterschrift übernommen und in eine Software umgewandelt. Über die Übernahme der Unterschrift wird für jeden Auftrag eine neue Vereinbarung gegen Datenmissbrauch getroffen. Für die richtige Anrede wird dieselbe Excel-Tabelle benutzt wie für die Adressierung, um die Postsortierung zu gewährleisten.

Aufwand machte sich bezahlt

Die Spannung nach der Postauflieferung Anfang Oktober war groß: Würde das Ergebnis in diesem Jahr besser ausfallen? Im Jahr zuvor hatte das Mailing einen Return on Investment (RoI) von vier gebracht, was schon großartig war. Bei dieser Aktion waren die Kosten höher, da die automatischen Handschriften dazukamen. Die Auswertung ergab einen RoI von fünf. Ein Erfolg, der deutlich zeigt: Ein paar kleine Besonderheiten und der richtige Aussende-Zeitpunkt erhöhen die Spendenbereitschaft ungemein. Von der Zeitersparnis ganz zu schweigen.

Wertsteigernde Möglichkeit

Natürlich ist immer die Zielgruppe zu bedenken. Solch eine Handschriftenpersonalisierung ist kostenintensiver als nur ein Digitaleindruck und eignet sich daher eher nicht für den Privatspender. Denn dort sind die Spendensummen ganz anders klassifiziert. Aber für Zielgruppen, von denen höhere Beträge erwartet werden können, entweder, weil sie vermögender sind oder weil es sich um Firmen handelt, ist dies eine wertsteigernde Möglichkeit.

Seit über zehn Jahren ist **Alexandra Sievert-Heidemann** mit Sievert Druck & Service für Non-Profit-Organisationen tätig. Die Entwicklung verschiedenster Fundraising-Tools zur Verbesserung der Spendenakquise ist ihre Leidenschaft.
▶ **www.druck-u-service.de**

Stephan Masch ist seit mehr als 15 Jahren als selbstständiger Fundraisingberater aktiv. Er berät Vereine, Stiftungen und Unternehmen. Als Leiter Kommunikation und ehrenamtliches Vorstandsmitglied betreut er das Kinder- und Jugendhospiz Mitteldeutschland sowie die Deutsche Kinderhospiz- und Familienstiftung (DKFS).
▶ **www.kinderhospiz-mitteldeutschland.de**

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

Ihre Daten …
… unser Know-how!

ifunds
nonprofit CRM solutions

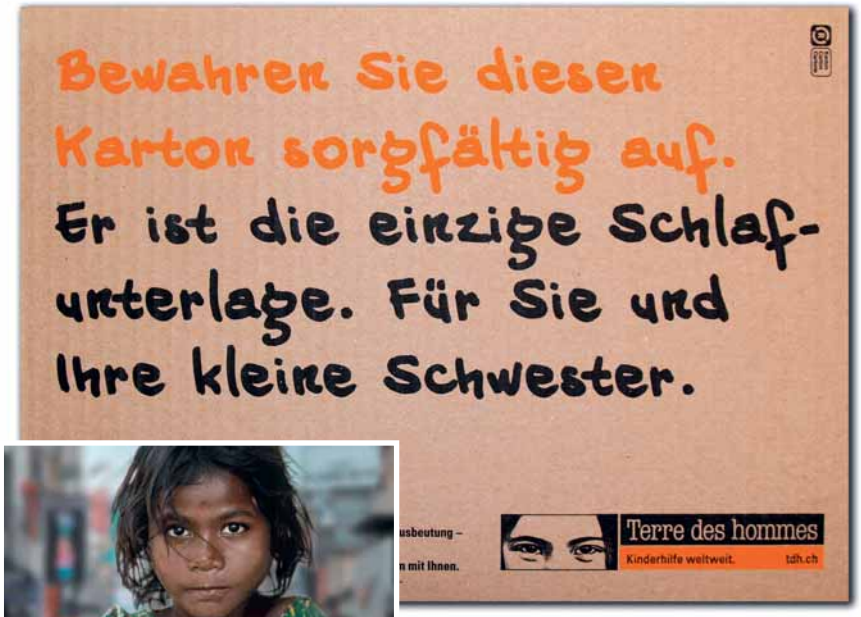
T 0221 6699520 | www.ifunds-germany.de

Spender wollen fühlen, aber nicht leiden

Kreative Mailings lösen positive Emotionen und damit Spenden aus

Schon mit dem ersten Blick auf Ihre Tagespost sehen Sie, dass heute etwas Außergewöhnliches dabei ist. Ein Stück Karton!? Ihre Aufmerksamkeit lässt den Rest der Post links liegen und richtet sich auf den Karton. Sie lesen: „Bewahren Sie diesen Karton sorgfältig auf. Er ist die einzige Schlafunterlage. Für Sie und Ihre kleine Schwester." Warum ist das einer der erfolgreichsten Streuwürfe der Schweiz?

Von SUSI KAMMERGRUBER



Mit dieser unadressierten Wurfsendung (oben) hat Terre des hommes in der Schweiz eine Responsequote von über einem Prozent erreicht. Das Ergebnis eines üblichen Papier-Streuwurfs der gleichen Organisation mit dem Bild eines Mitleid erregenden Kindes, das einen beschrifteten Karton in der Hand hält (links) , testete rund fünf Mal schlechter.

Sie betrachten den Karton, die besondere Ansprache weckt Ihre Neugier. Sie versetzen sich in die Gefühlswelt eines Straßenkindes, dies aktiviert Ihre Empathie. Dann drehen Sie den Karton um, sehen den Einzahlungsschein und denken: Oha. Das ist jetzt aber mal ein außergewöhnlicher Spendenaufruf für Kinder in Not.

Warum erreicht ein Text auf einem echten Karton, der die Leser in die Situation eines leidenden Kindes versetzt, deutlich bessere Ergebnisse als das echte Bild eines leidenden Kindes auf Papier?

Auffallen allein reicht nicht

Kurzer Ausflug in die Hirnforschung: Unser Unterbewusstes entscheidet in Sekundenschnelle, ob und was in unser Bewusstsein gelangt. Nur einen winzigen Bruchteil unserer Sinneswahrnehmungen lässt es tatsächlich zu uns durch. So wird ein Großteil unserer Entscheidungen blitzschnell von unserer Intuition getroffen, ohne dass wir dies bewusst wahrnehmen – zum Beispiel: Interessiert mich dieser Streuwurf oder landet er direkt im Müll?

Beim Karton-Streuwurf wurde die erste Hürde ins Bewusstsein dank der überraschenden Haptik und der originellen Ansprache genommen. Doch alleine mit Auffallen ist es nicht getan.

In der heutigen Flut von Negativ-Nachrichten sehnen sich die Menschen nach positiver Stimulation. Wer den Empfängern von Spendenmailings schon beim Kuvert ein positives, emotionales Erlebnis schenken kann, wird mit Spenden belohnt.

Dies beweisen Zahlen unterschiedlicher NPOs in der Schweiz und in Deutschland, die mit einem unerwarteten und kreativen Einstieg – im Gegensatz zu einem konventionellen – ihre Einnahmen deutlich steigern konnten. Gelungen ist eine Idee für den Einstieg nur dann, wenn sie im Mailing direkt und plausibel weitergeführt werden kann. Wurde eine Idee zu weit hergeholt oder übergestülpt, fühlt sich der Empfänger verschaukelt und straft die Irreführung mit Nichtspenden.

Was macht den Erfolg aus?

Die große Herausforderung an die Kreativität ist also ein Dreisprung:

1. auffallen,
2. ein emotionales Erlebnis schenken,
3. sinnvoll im Mailing weiterführen.

Ergänzt durch gutes Handwerk – dazu gehören emotionales Storytelling und ein konkretes Handlungsangebot – hätten wir nun die Grundzutaten für einen

erfolgreichen Spendenaufruf im Briefkasten. Doch woher die Idee nehmen, wenn nicht stehlen? Eins zu eins von anderen kopieren lohnt sich kaum, denn jede Pointe verliert durch Wiederholung ihre Kraft. Einem durchschlagenden Spendenerfolg liegt in den meisten Fällen eine frische und unkonventionelle Idee zugrunde. Diese erhalten Sie entweder bei einer Agentur mit professionellen Kreativ-Teams. Oder Sie halten selbst Ausschau nach Inspiration. So wurde zum Beispiel aus einem unangenehmen Brief der Wasserwerke mit dem Hinweis einer Wasserunterbrechung die zündende Idee zu einem Spendenaufruf für den Brunnenbau (siehe Infokasten).

Holen Sie sich Ideen außerhalb der NPO-Welt, verlassen Sie ausgetretene Pfade, testen Sie mutige Wege! Jede Erfahrung hilft Ihnen, die richtigen Emotionen künftig noch besser zu wecken – und damit mehr Spenden zu sammeln.

Susi Kammergruber
Kreativ-Direktorin bei Spinas Civil Voices, einer auf zivilgesellschaftliche Themen und Fundraising spezialisierten Kreativagentur in Zürich. Sie gibt Workshops und ist Dozentin an verschiedenen Fortbildungseinrichtungen.

Nächster Workshop zusammen mit Gaby Füchslin an der NPO-Akademie Zürich: „Public Fundraising mit Herz“ am 28.09.2017.
▶ www.spinas-cv.com

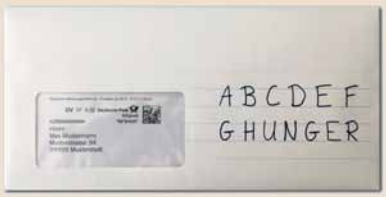
Gute Ideen vervielfachen Response

Kuverts von kreativen Akquisitionsmailings, die im Vergleich zu konventionellen die Spendeneinnahmen vervielfacht haben:

NPO: Plan International Schweiz und Deutschland
Idee: Bildung ist die wahre Waffe der Frau – beiliegender Bleistift illustriert dies.
Inhalt: Schuldbildung für Mädchen verändert die Welt.
Spendenaufruf: (hochpreisiges) Patenschaftsangebot

NPO: Helvetas Schweiz
Idee: Wie wäre es für Sie zu Hause, wenn Sie für zwei Monate kein Wasser hätten?
Inhalt: Brunnenbau sorgt in Dürreregionen für sauberes Trinkwasser und Entwicklung.
Spendenaufruf: einmalige Spende für lebenslang sauberes Trinkwasser für eine Person

NPO: Welthungerhilfe Deutschland
Idee: Wenn Kinder nicht genug zu essen haben, sind sie zu schwach, um zu lernen.
Inhalt: Mittagessen in Schulen sorgt für mehr Kinder mit Schulabschluss und bringt Entwicklung voran.
Spendenaufruf: einmalige Spende für zwei Jahre lang Schulmittagessen für ein Kind



Endlich geerbt! Und nun?

Arbeitsaufwand und Risiken der Nachlassabwicklung für Vereine und Stiftungen

Kurz vor Weihnachten erreicht Sie die frohe Botschaft: Ihre Organisation hat eine Immobilie am Starnberger See geerbt! Doch der erste Arbeitstag im Januar hält eine böse Überraschung bereit. Eine Nachbarin ist an Heiligabend auf dem Gehweg vor dem geerbten Grundstück gestürzt, weil niemand nach dem plötzlichen Wintereinbruch geräumt hatte. Plötzlich ist die Erbschaft durch eine Schadensersatzforderung gemindert. Ein Haftungsfall wie dieser ist nur eine von vielen Komplikationen, die eine Erbschaft mit sich bringen kann.

Von KARLA FRIEDEMANN

Einer Studie des Deutschen Instituts für Altersvorsorge (DIA) zufolge werden die Bundesbürger zwischen 2015 und 2024 rund 3,1 Billionen Euro vererben. Kein Wunder, dass immer mehr gemeinnützige, mildtätige und kirchliche Organisationen das Erbschaftsmarketing entdecken und Fundraiser speziell auf diesem Gebiet ausbilden lassen. Kommt es zum Erbfall, stehen vor allem kleinere Organisationen vor einer enormen Herausforderung, da sie nur selten über speziell für die Nachlassabwicklung ausgebildetes Personal verfügen.

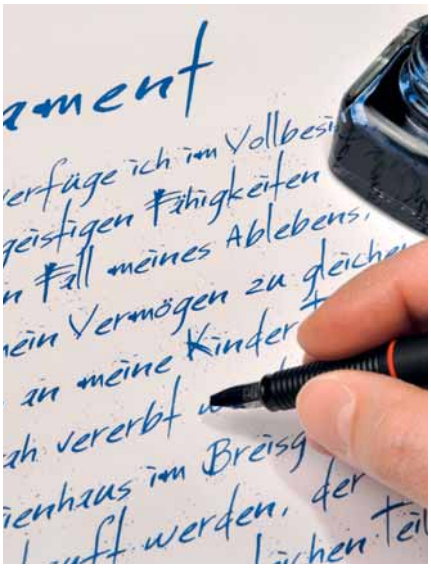
Wer soll sich beispielsweise in einer kleinen Naturschutzorganisation darum kümmern? Die in Teilzeit arbeitende Buchhalterin, der Fundraiser mit geisteswissenschaftlichem Hintergrund oder der Geschäftsführer, der seines Zeichens Biologe ist? Keiner dieser drei bringt das notwendige Fachwissen mit, kennt die gesetzlichen Fristen, die zu beachten sind. Etwa die sechswöchige Frist zur Ausschlagung eines Nachlasses, falls dieser überschuldet ist. Und wie soll man in dieser kurzen Zeit überhaupt prüfen, wie werthaltig die Erbschaft ist? Häufig gibt es zudem gesetzliche Erben oder Pflichtteilsberechtigte, deren Ansprüche geprüft, abgewehrt oder befriedigt werden müssen.

Hat sich die Organisation dazu entschlossen, das Erbe anzunehmen, geht die Arbeit erst richtig los. Die Nachlassabwicklung lässt sich selten nebenbei und aus der Ferne erledigen. Sterbeurkunde, Erbschein und andere wichtige Papiere müssen schnellstmöglich eingeholt werden. Lebte der Erblasser in einer Mietwohnung, so muss sie gekündigt und übergeben werden. Falls eine Immobilie zum Nachlass gehört, muss sie verkauft oder vermietet werden.

Vor der Entrümpelung sucht man gezielt nach bestimmten Dingen, etwa Schließfachschlüssel, Sparbücher und Kfz-Brief. Neugierige Nachbarn sollten keine Einsicht in den zu entsorgenden Hausrat bekommen. Das ist nicht nur eine Frage der Pietät, sondern verhindert auch, dass sich Gerüchte verbreiten, die Ihrer Organisation schaden können. Und wie verhält man sich richtig, wenn sich im Nachlass eine Waffe findet, was nicht selten der Fall ist?

Erbschaften schaffen neue finanzielle Spielräume, sind aber auch mit Arbeitsaufwand und Risiken verbunden. Wenn Ihre Organisation noch keine Erfahrung mit Nachlässen hat, sollten Sie die Abwicklung in erfahrene Hände legen. Damit vermeiden Sie Wertverlust und Haftungsfälle und können sich auf Ihre eigentliche gemeinnützige Arbeit konzentrieren – ganz im Sinne des Erblassers. ◘

Karla Friedemann war über zwei Jahrzehnte überwiegend in internationalen Kanzleien in unterschiedlichen Rechtsgebieten tätig. Seit 2010 arbeitet sie für Non-Profit-Organisationen in den Bereichen Nachlassabwicklung und Erbschaftsmarketing. Seit 2012 ist sie zertifizierte Testamentsvollstreckerin und gründete 2017 die Agentur für Erben.
▶ **www.erbagentur.de**



Nachlassabwickler mit NGO-Erfahrung

Agentur für Erben
Karla Friedemann, München
▶ **www.erbagentur.de**

Anwaltskanzlei Dr. Wagner
Dr. Barbara Wagner, München
▶ **www. anwaltskanzlei-drwagner.de**

Die Nachlassmanager
(bundesweit tätig)
▶ **www. die-nachlass-manager.com**

LEGATUR, Fundraising-Akademie
Bernd Beder, Berlin
▶ **www. fundraisingakademie.de/beratung/legatur-nachlassabwicklung**

Nachlassagentur
Annette Thewes, Bonn
▶ **www. nachlassagentur.de**

Norddeutsche Nachlassbetreuung
Kristin und Mathias Schröpfner, Hamburg
▶ **www. norddeutsche-nachlassbetreuung.de**

Verbände:
DIGEV – Deutsche Interessengemeinschaft für Erbrecht und Vorsorge e. V.
▶ **www.digev-ev.de**

Bund Deutscher Nachlasspfleger (BDN) e. V.
▶ **www.b-d-n.de**

«Meine Entscheidung für Creativ Software:
Preisgekrönt. Chefsache halt!»

Evaluiert. Nominiert. Gewonnen.
Siegerclip ansehen:

www.creativ.ch/Vision

CREATIVITY
PLATINUM
AWARD

creati</> SOFTWARE
Wir machen Komplexes einfach

JULI

Online-Fundraising – Was Fundraiser über Online-Marketing wissen müssen
10.07., Berlin
www.fundraisingakademie.de

Das richtige Projektmanagement zur Professionalisierung von digitalen Projekten
10.07., Berlin
www.marketing-for-good.de

Workshop Europäische Datenschutz-Grundverordnung
11.07., Berlin
www.fundraisingverband.de

Kursstart EU-Fundraiser
12.07., Berlin
www.euroconsults.eu

MUNICH FUNDRAISING SCHOOL

Erbschaftsmarketing – strategisches Vorgehen für ein erfolgreiches Erbschaftsmarketing
13.07., München
www.munichfundraising.school/angebot

Machen Sie aus jedem Mitarbeiter eine(n) Fundraiser(in): Multiplikatorenschulung für FR-Verantwortliche in Verbänden
14.07., München
www.munichfundraising.school/angebot

Fördermittel für inklusive Kulturarbeit
17.07., Berlin
www.emcra.eu

Workshop Europäische Datenschutz-Grundverordnung
18.07., Stuttgart
www.fundraisingverband.de

Start Weiterbildung: ManagerIn für öffentliche Fördermittel
19.07., Berlin
www.emcra.eu

Verkauf im Fundraising II - Gesprächsführung im Fundraising-Prozess
21.07., München
www.munichfundraising.school/angebot

Ohne gute Netzwerke geht gar nichts im Fundraising: Beziehungen schaden nur dem, der sie nicht hat
26.07., München
www.munichfundraising.school/angebot

Start Weiterbildung: Qualifizierung EU-FundraiserIn
26.07., Berlin
www.emcra.eu

Stiftungen in Veränderungsprozessen: Den Wandel gestalten, Change-Prozesse in Stiftungen
27.07., München
www.munichfundraising.school/angebot

AUGUST

Start Weiterbildung: Mit Fundraising und Mittelakquise neue Wege gehen
14.08., Hannover
www.vnb.de

Start Weiterbildung: ManagerIn für öffentliche Fördermittel
16.08., Berlin
www.emcra.eu

Start: Zertifikatslehrgang CAS Kommunikation & Wirkungsmessung in NPO
21.08., Universität Basel
www.ceps.unibas.ch

Erfolgreich Spender und Sponsoren gewinnen – Die Starthilfe in Ihr professionelles Fundraising
21. & 22.08., Frankfurt/M.
www.fundraising-praxis-seminare.de

Geldauflagen-Marketing kompakt – Worauf es in der Praxis wirklich ankommt
23.08., Frankfurt/M.
www.fundraising-praxis-seminare.de

Kursstart EU-Fundraiser
23.08., Berlin
www.euroconsults.eu

Start Weiterbildung: Qualifizierung EU-FundraiserIn
23.08., Berlin
www.emcra.eu

7. Basler Stiftungstag
29.08., Basel
www.stiftungsstadt-basel.ch

DFRV-Regionalgruppentreffen Kassel
31.08., Kassel
www.fundraisingverband.de

kulturmarkenaward 31.8.2017
kulturmarkengala 9.11.2017
kulturinvestkongress 9./10.11.2017
causales®

SEPTEMBER

Start Ausbildungsgang: Strategisches Freiwilligenmanagement (3 Module)
04.09., Berlin
www.ehrenamt.de

Start Diplomlehrgang: Fundraising Management
05.09., Winterthur
www.zhaw.ch

Workshop Europäische Datenschutz-Grundverordnung
05.09., Köln
www.fundraisingverband.de

Profitieren von Unternehmens-Kooperationen – Spenden, Sponsoring und Stiftungsgelder
05. & 06.09., Köln
www.odenwaldinstitut.de

OWL goes Fundraising SPEZIAL: Major Donors finden, gewinnen, binden. Erfolgsfaktoren für Großspenden-Fundraising
06.09., Bielefeld
www.owlgoesfundraising.com

Markenerfolg – Ein Workshop für eine erfolgreiche Positionierung im Markt
06.09., Frankfurt anm Main
www.fundraisingakademie.de

Strategische Fundraising-Planung
06.09., Basel
www.nonprocons.ch

DFRV-Regionalgruppentreffen Münster
06.09., Münster
www.fundraisingverband.de

Tagesseminar: Stiftungsratspraxis
06.09., Zürich
ceps.unibas.ch

Gemeinnützigkeit und Steuerrecht – Vereine, gGmbH, gemeinnützige Stiftungen und gemeinnützige Körperschaften in öffentlicher Trägerschaft
07.09., Berlin
www.kbw.de

OWL goes Fundraising: Großspenden – 100.000 Euro sind kein Hexenwerk
07.09., Bielefeld
www.owlgoesfundraising.com

Stiftungsmanagement: Effizient, innovativ und wirkungsorientiert. Ein Einblick in die professionelle Welt des Stiftungsmanagements
07.09., München
www.munichfundraising.school/angebot

Fundraising TAG
DRESDEN,
7. SEPTEMBER 2017
INFORMATIONEN & ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

Sächsischer Fundraisingtag
07.09., Dresden
www.fundraisingtage.de

Fair Friends 2017
07.–10.09., Dortmund
www.fair-friends.de

Gemeinnützigkeit und Steuerrecht – Vereine, gGmbH, gemeinnützige Stiftungen und gemeinnützige Körperschaften in öffentlicher Trägerschaft
08.09., Berlin
www.kbw.de

Fördermittel für Flüchtlingsarbeit und Integration
08.09., Berlin
www.emcra.eu

Tagesseminar – Begeistern und gewinnen: Wie Sie durch Charisma und Persönlichkeit überzeugen
11.09., Frankfurt am Main
www.fundraisingakademie.de

Online-Fundraising – Was Fundraiser über Online-Marketing wissen müssen
12.09., Hamburg
www.fundraisingakademie.de

Spendenabsetzbarkeit Neu: Dos and Don'ts
12.09., Wien
www.fundraising.at

Fit für die Öffentlichkeit: Auftritt und Präsenz entscheiden über Erfolg
12. & 13.09., München
www.munichfundraising.school/angebot

So findet man Sponsoren
13.09., Wien
www.esb-online.com

Zewo-Tagung 2017
13.09., Zürich
www.zewo.ch

DFRV-Regionalgruppentreffen Berlin
13.09., Berlin
www.fundraisingverband.de

Start Weiterbildung: ManagerIn für öffentliche Fördermittel
13.09., Berlin
www.emcra.eu

ESF Antragstellung
13.09., Berlin
www.eufrak.eu

Tagesworkshop – Das effektive Großspendergespräch: quick and friendly zum Erfolg
14.09., Frankfurt am Main
www.fundraisingakademie.de

Fundraising Crashkurs I – Was Sie schon immer über Fundraising wissen wollten
14.09., München
www.munichfundraising.school/angebot

ESF Projektabrechnung
14.09., Berlin
www.eufrak.eu

BürgerstiftungsKongress
15. & 16.09., Göttingen
www.buergerstiftungen.org

GUTE TATEN BRAUCHEN GUTE DATEN
Wie bauen wir eine transparente Organisationsstruktur auf?
Transparenz-Workshop mit Wirtschaftsprüfer in
Bad Nenndorf, 16. September 2017
35,- € pro Teilnehmer/in
Anmeldung, Infos & weitere Termine:
www.transparenz-leicht-gemacht.de

Workshop Transparenz leicht gemacht
16.09., Bad Nenndorf
www.transparenz-leicht-gemacht.de

Erfolgreich Spender und Sponsoren gewinnen: Die Starthilfe in Ihr professionelles Fundraising
18.–20.09., Köln
http://seminarprogramm.asb.de

Digitales Storytelling mit Zielgruppen-Segmentierung
19.09., Köln
www.npo-akademie.de

Erfolgreiches Stiftungsfundraising
19.09., Basel
www.nonprocons.ch

DFRV-Regionalgruppentreffen Potsdam / Land Brandenburg
19.09., Potsdam
www.fundraisingverband.de

Workshop Europäische Datenschutz-Grundverordnung
19.09., Berlin
www.fundraisingverband.de

Professionelle Fördermittelakquise für Organisationen der Sozialwirtschaft
20.09., Köln
www.bfs-service.de

Effiziente digitale Kommunikation – Automatisierung
20.09., Köln
www.npo-akademie.de

Grants – Wie NPOs erfolgreich an „calls for proposals" teilnehmen
20.09., Zürich
www.npo-akademie.ch

Kursstart EU-Fundraiser
20.09., Berlin
www.euroconsults.eu

Prävention gegen Burnout: Die Krankheit der Tüchtigen in der Gemeinnützigkeit
20.09., München
www.munichfundraising.school/angebot

Start Weiterbildung: Qualifizierung EU-FundraiserIn
20.09., Berlin
www.emcra.eu

Tender-business für NPOs – Wie NPOs erfolgreich an EU-Ausschreibungen teilnehmen
21.09., Zürich
www.npo-akademie.ch

Kompaktseminar – Fundraising in der Praxis: Wie Sie Spender und Sponsoren gewinnen
21.09., Köln
www.fundraisingakademie.de

Geldauflagen-Marketing kompakt – Worauf es in der Praxis wirklich ankommt
22.09., Köln
www.fundraising-praxis-seminare.de

Start Zertifikatslehrgang: Fundraising in NPOs
25.09., Zürich
www.npo-akademie.ch

Start Weiterbildung: CAS Global Social Entrepreneurship
25.09., Basel
www.ceps.unibas.ch

Strategisches Fundraising – Vom Ad-Hoc-Spendensammeln zu strategischem Fundraising
25.09., Zürich
www.npo-akademie.ch

Basiskurs Freiwilligenkoordination
25.–27.09., Berlin
www.ehrenamt.de

Fundraising TAG
POTSDAM,
26. SEPTEMBER 2017
INFORMATIONEN & ANMELDUNG
www.fundraisingtage.de

Fundraisingtag Berlin-Brandenburg
26.09., Potsdam
www.fundraisingtage.de

Ihre Database als Fundraising-Instrument – Wie Sie mit modernem Database-Fundraising Ihre Fundraisingeinnahmen erhöhen
26.09., Zürich
www.npo-akademie.ch

Online Marketing für NPOs: Neue Zielgruppen erreichen, mehr Spenden generieren
26.09., München
www.munichfundraising.school/angebot

Fördermittel für inklusive Kulturarbeit
26.09., Berlin
www.emcra.eu

Einsteigerworkshop für potenzielle regionale Mittler für Corporate Citizenship und Unternehmenskooperationen
26.09., Nürnberg
www.upj.de

Fundraising „kompakt" – Modernes Fundraising in der Praxis
26. & 27.09., Zürich
www.npo-akademie.ch

Erfolgreiche Korrespondenz mit Spenderinnen und Spendern – Mit gelungenen Texten ansprechen und binden
27.09., Köln
www.npo-akademie.de

Online-Fundraising und Online-Campaigning
27.09., Zürich
www.npo-akademie.ch

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

Strategien für den crossmedialen Dialog mit Kunden
28.09., Königstein/Ts.
www.sv-institut.de

Public-Fundraising mit Herz – Wie Sie Ihr Direktmarketing verbessern können
28.09., Zürich
www.npo-akademie.ch

NPOs im digitalen Wandel – Stellen Sie aktiv die Weichen Ihrer Organisation und erreichen Sie neue Spenderzielgruppen
28.09., München
www.munichfundraising.school/angebot

Vernetzungstreffen Frauen on Tour … beim Leihen & Geben
28.09., Bochum
www.fundraisingverband.de

OKTOBER

Start Zertifikatslehrgang: Professionelles Freiwilligenmanagement in NPOs
02.10., Wien
www.npo-akademie.at

Großspenden- und Nachlassfundraising
06.10., Köln
www.fundraisingakademie.de

Fundraising für Hochschulen
07.10., Mannheim
www.hochschulverband.de

Start Zertifikatslehrgang: Prozess- und Qualitätsmanagement in NPOs
09.10., Wien
www.npo-akademie.at

Intensivseminar Zivilgesellschaft
09.10., Berlin
www.maecenata.eu

24. Österreichischer Fundraising Kongress
09. & 10.10., Wien
www.fundraisingkongress.at

Tagesworkshop – Das effektive Großspendergespräch: quick and friendly zum Erfolg
10.10., Hannover
www.fundraisingakademie.de

24. NPO-Kongress
10.–11.10., Wien
www.controller-institut.at

Start Weiterbildung: ManagerIn für öffentliche Fördermittel
11.10., Berlin
www.emcra.eu

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

Impact Investing: Wirkungsorientiertes Investieren
12.10., München
www.munichfundraising.school/angebot

Weiterbildungskurs: Basic Fundraising
12. & 13.10., Winterthur
www.zhaw.ch

Major Happy Donors – Großspender finden und binden mit Events
13.10., München
www.munichfundraising.school/angebot

Start Zertifikatslehrgang: NPO-Führungskräfte-Training
16.10., Wien
www.npo-akademie.at

Förderermagazine als Spenderbindungsmittel
17.10., Köln
www.npo-akademie.de

Einführung in das professionelle Fundraising
17.10., Berlin
www.fundraisingakademie.de

Symposium: The Changing Space for Civil Society
17.10., Berlin
www.maecenata.eu

International Fundraising Congress 2017
17.–20.10., Noordwijkerhout
www.resource-alliance.org

Storytelling – Wie aus Fakten erlebbare Geschichten werden, die begeistern und unterhalten
18.10., Köln
www.npo-akademie.de

Fit für die Medien – Verständnis für die „andere" Seite als Basis für erfolgreiche Kommunikation
18.10., München
www.munichfundraising.school/angebot

DFRV-Regionalgruppentreffen München
18.10., München
www.fundraisingverband.de

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

Das Stiftungsrecht – Welche Chancen bieten Stiftungen den Kommunen, Kirchen und Non-Profit-Organisationen?
19.10., Berlin
www.kbw.de

Start: Fundraising-Weiterbildung „Von der Vision zum Vermögen"
20.10., Stuttgart
www.eh-ludwigsburg.de

Workshop Transparenz leicht gemacht
21.10., Berlin
www.transparenz-leicht-gemacht.de

Unternehmenskooperationen für NPOs – Wie Sie diese gewinnbringend gestalten
23.10., Zürich
www.npo-akademie.ch

Start Zertifikatslehrgang: Major Donors Fundraising
23.10., Zürich
www.npo-akademie.ch

Stiftungs-Fundraising
24.10., Zürich
www.npo-akademie.ch

Markenerfolg – Ein Workshop für eine erfolgreiche Positionierung im Markt
24.10., Stuttgart
www.fundraisingakademie.de

Großspenden-Fundraising
25.10., Zürich
www.npo-akademie.ch

Kursstart EU-Fundraiser
25.10., Berlin
www.euroconsults.eu

Google Adwords: Tipps und Tricks
25.10., Wien
www.fundraising.at

Erfolgreiches Dialogmarketing beginnt im Kopf
26.10., Königstein/Ts.
www.sv-institut.de

Nachlassmarketing für NPOs
26.10., Zürich
www.npo-akademie.ch

Corporate Social Responsibility – Ein Managementansatz für NPOs und Wirtschaftsunternehmen
26.10., Zürich
www.npo-akademie.ch

Verkauf im Fundraising III: Verhandlungssicher im Fundraising
26.10., München
www.munichfundraising.school/angebot

Testamente und Vermächtnisse – Was Vereine, Stiftungen und NPOs beachten müssen
27.10., Zürich
www.npo-akademie.ch

Intensiv-Lehrgang Finanzmanagement in NPOs
30.10.–03.11., Gunten
www.ceps.unibas.ch

20. BAD HONNEFER FUNDRAISING FORUM
16. November 2017
www.gfs.de

Ihr Termin fällt hier nicht auf?

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

Eine Kalender-Anzeige im Fundraising-Kalender (42 mm breit x 42 mm hoch) kostet nur 99,– €* (CHF 115,–)

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!

Gesellschaft im Umbruch

Der 25. NPO-Kongress wirft im Oktober einen Blick in die Zukunft

Technische Entwicklungen bedingen nicht nur digitalen Wandel. Direkt oder indirekt verändern sie unser Leben in vielen Bereichen. Um mit aktuellen Veränderungen und den damit verbundenen Herausforderungen Schritt halten zu können, gilt es auch für NPOs, Innovationsfähigkeit zu entwickeln und zu halten. Dieser Trend treibt die Branche seit geraumer Zeit um und wird so schnell auch nicht wieder von der Liste der dringlichsten Themenfelder verschwinden. Das haben auch vier Veranstalter des NPO-Kongresses bereits vor einiger Zeit erkannt und schreiben die Beschäftigung mit diesem Bereich auch in der diesjährigen Ausgabe fort. Deshalb lautet das diesjährige Motto „Kein Stein bleibt auf dem anderen?!".

Die Veranstaltung will zur Befragung des Status quo der eigenen Organisation einladen: Sind wir für die kommenden

Herausforderungen gerüstet? Und welche (neuen) Aufgaben werden auf uns zukommen? Und wie sieht in mittlerer Zukunft die Finanzierung des gemeinnützigen Sektors aus? Nicht zuletzt sind deshalb auch Social Entrepreneurs auf dem Kongress gern gesehen. Das ist auch einer der Gründe, warum unter den Referenten beispielsweise Gerald Hörhan (Foto) sein wird, CEO der Investmentpunk Academy GmbH. Er ist der Meinung, dass sich ganze 90 Prozent aller Jobs und Geschäftsmodelle verändern. Deshalb trägt sein Beitrag zur Konferenz den Titel „The winner takes it all: Wie die Digitale Ökonomie die Mittelschicht zerstört".

Einen internationalen Blick wagt Dr. Berthold Broll (Stiftung Liebenau), der die Unterschiede der europäischen Sozialsysteme in den Fokus nimmt und danach fragt, welche Strukturen es zukünftig braucht, um dem Wertewandel der Gesellschaft(en) gerecht werden zu können.

25. NPO-Kongress, 10. und 11. Oktober, in Wien
▶ www.controller-institut.at

Gestalten

Der Bürgerstiftungskongress widmet sich in diesem Jahr dem Thema „Stiftungsvermögen – erhalten und gestalten". Im Rahmen der Veranstaltung werden die Ergebnisse der Bürgerstiftungsumfrage zum Thema Finanzen vorgestellt. Workshops beschäftigen sich mit Aspekten wie Nachhaltigkeit und Anlage für kleine und mittlere Stiftungen oder Pooling von Stiftungsvermögen. Ein Barcamp am zweiten Tag lädt zu Sessions in allen möglichen Varianten: Möglich sind Vorträge, Diskussionen oder Spiele. Alle Ideen sind willkommen!

Bürgerstiftungskongress, 15. und 16. September in Göttingen
▶ www.buergerstiftungen.org

Finanzierungskonzept

Umfassende Fundraising-Weiterbildung in Hannover

„Mit Fundraising und Mittelakquise neue Wege gehen" lautet der Titel der aus acht Modulen bestehenden Weiterbildung für Neulinge auf dem Gebiet des Fundraisings, zu der der Verein Niedersächsischer Bildungsinitiativen e.V. ab August nach Hannover lädt. Bis März kommenden Jahres durchlaufen die Teilnehmer in insgesamt 72 Unterrichtsstunden die Module „Die Fundamente des Fundraisings", „Fundraisinginstrumente", „Die Einzigartigkeit (M)einer Organisation", „Webtexten fürs Fundaising" und „Spenden aus dem Netz – Online Fundraising", gefolgt von den beiden Modulen „Fördermittel gezielt einwerben" und „Unternehmenskooperationen". Nachdem die Teilnehmer gelernt haben, ein eigenes Fundraisingkonzept zu erstellen, werden die Ergebnisse Mitte März im letzten Modul vorgestellt.

Darüber hinaus ist ein Zusatzmodul buchbar, das Einsteigern grundlegendes Know-how im Bereich der Projektanträge vermittelt und das am 29. Januar 2018 stattfindet.

Weiterbildung „Mit Fundraising und Mittelakquise neue Wege gehen", August 2017 bis März 2018 in Hannover
▶ www.vnb.de

Kurzgefasst …

Ökumenischer Fundraisingtag

Nachdem der Ökumenische Fundraisingtag in Hamburg im vergangenen Jahr aufgrund zu geringer Anmeldezahlen abgesagt werden musste, hoffen die Veranstalter in diesem Jahr auf regeren Zuspruch. Dazu sind alle Fundraising-Interessierten des kirchlichen Bereiches am 25. November in die Katholische Akademie Hamburg geladen.

▶ www.oekft.de

Faith + Funds

Die Fachtagung Fundraising für Kirche, Caritas und Diakonie, kurz Faith + Funds, startet am 14. und 15. November in Berlin zum zweiten Mal. Nach Angaben des Deutschen Fundraising Verbands war die erste Ausgabe im vergangenen Jahr 14 Tage im Vorfeld ausgebucht. Da heißt es wohl für alle im kirchlichen Bereich Tätigen: Save the Date!

▶ www.fundraisingverband.de

Österreichischer Fundraisingkongress

Das wichtigste Branchentreffen Österreichs findet zwar erst im Oktober statt, sodass das Programm noch nicht bekannt ist, aber trotzdem sollte man sich schon jetzt den 9. und den 10. Oktober dick im Kalender markieren. Je eher man seine Wien-Reise plant, desto mehr Zeit hat man, auch gleich noch die eine oder andere Sehenswürdigkeit mitzunehmen.

▶ www.fundraising.at

BWL, nein danke?

Die Munich Fundraising School will Nicht-Kaufleute in die Lage versetzen, betriebswirtschaftlich handeln zu können und vermittelt dazu fundierte unternehmerische Zusammenhänge. Dazu sind Fundraiser, Vorstände und Geschäftsführer ohne Vorkenntnisse in BWL am 23. und 24. November nach München eingeladen. Dabei kommt auch der Erfahrungsaustausch nicht zu kurz.

▶ www.munichfundraising.school/bwl

Transparenz-Workshop

Unter dem Thema „Wie bilden wir Projekte und Finanzen richtig ab?“ lädt der Deutsche Spendenrat am 16. September nach Bad Nenndorf. Zielgruppe sind Vertreter gemeinnütziger Vereine, Organisationen und Stiftungen, die den Aspekt der Transparenz in ihrer täglichen Arbeit weiter ausbauen möchten. Bis November gibt es noch drei weitere Termine in Berlin, Paderborn und Nürnberg.

▶ www.transparenz-leicht-gemacht.de/termine

Erb-Recht

Die DIGEV lädt zum 9. Praxisseminar

Kompetenz schafft Vertrauen. Fundraisern aus Stiftungen bietet die Deutsche Interessengemeinschaft für Erbrecht und Vorsorge (DIGEV) im November wieder die Möglichkeit, sich das nötige Know-how in Sachen Erbschaftsfundraising anzueignen. Jan Bittler, Rechtsanwalt und Fachanwalt für Erbrecht, weiß, welche juristischen Fallstricke es zu beachten gibt, wenn sich ein Testament zugunsten einer NGO nicht als Kuckucksei entpuppen soll. Das Praxisseminar in Köln widmet sich auch Fällen, in denen ein Erblasser nicht mehr in der Lage ist, selbst ein Testament zu verfassen, und erklärt den Unterschied zwischen Erbe und Vermächtnis. Thomas Lauk, Diplom-Rechtspfleger, erläutert zudem, wie man korrekt mit mehr oder minder unerwartetem Erbgut wie Bäumen oder Schrott umgeht. Zudem kann auch eine Beerdigung Teil des Testaments sein. Wer in einem solchen Fall Rechte beziehungsweise Pflichten hat, erfahren die Teilnehmer ebenso. Den Abschluss bilden zwei Thementische mit Raum für Diskussionen.

9. DIGEV-Praxisseminar Fundraising und Erbrecht, 22. November, in Köln

▶ www.digev-ev.de

Digitale Zukunft

Smart Living, Big Data und Robotik finden auch Eingang in die Sozialwirtschaft. Welche Wege in die digitale Zukunft dabei gegangen werden können oder gegangen werden müssen, wird anlässlich der diesjährigen Ausgabe des Social Talk im November an der Evangelischen Hochschule Darmstadt (Foto) diskutiert. In der Project Pitch Area werden neueste Ideen und Projekte kurz und knapp vorgestellt, und die Technik-Plattform macht aktuelle Entwicklungen und technische Lösungen direkt erfahrbar.

Social Talk 2017, 14. November, Evangelische Hochschule Darmstadt
▶ **www.izgs.de/social-talk-2017**

Anstiften!

Fachtagung Fundraising für Stiftungen des Deutschen Fundraising Verbands

Der große Bereich der Stiftungen erhält seine eigene Fachtagung, die Anfang November erstmalig in Berlin stattfindet. Sowohl erfahrene Fundraiser als auch Einsteiger auf dem Gebiet des Fundraisings sind dazu eingeladen. Ausgerichtet wird die Tagung von der im vergangenen November gegründeten Fachgruppe „Fundraising für Stiftungen". Die Kernziele der Fachgruppe sind Qualifikation und Weiterbildung, Lobby-Arbeit in Politik und Öffentlichkeit und Netzwerkarbeit in der Fachwelt. Fachgruppenleiterin ist Cornelia Kliment von der Deutschen Universitätsstiftung. Der erste Tag bringt neben einem Vortrag von Prof. Dr. Joachim Treusch, Vorsitzender des Vorstands der Wilhelm und Else Heraeus-Stiftung und Präsident der Jacobs University a. D., einen Empfang mit ausreichend Zeit für intensives Netzwerken. Der zweite Veranstaltungstag ist vollgepackt mit Vorträgen am Vormittag und Workshops am Nachmittag. Mit dabei ist unter anderem Torsten Schmotz (Förderlotse), der einen Weg durch den Fördermittel-Dschungel kennt. Die Profis unter den Teilnehmern können sich direkt als Mentoren anmelden, wenn sie Interesse haben, ihr Wissen zu teilen. Der Early-Bird-Tarif für die Fachtagung gilt noch bis 31. Juli

ANSTIFTEN – Fundraising für Stiftungen: Potenziale, Wege und Visionen, 6. und 7. November in Berlin
▶ **www.fundraisingverband.de**

Onlinestudium

WINGS, der Fernstudienanbieter der Hochschule Wismar, bildet im Wintersemester wieder Non-Profit-Manager im berufsbegleitenden Onlinestudium „Management sozialer Dienstleistungen" aus. Über eine Studien-App sind sämtliche Lehrinhalte, rund 280 Stunden interaktive Videovorlesungen, Noten, Termine und ein persönlicher Zeitmanager jederzeit online und offline verfügbar. Die Prüfungen können bundesweit an mehreren Standorten abgelegt werden. Der Studiengang kann in einer sechssemestrigen und einer achtsemestrigen Variante absolviert werden. Einschreibeschluss ist der 31. August.
▶ **www.wings.de/msd**

Fundraising-Management

Auch die Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften startet im kommenden Semester, konkret ab September, wieder ihren Studiengang „Diploma of Advanced Studies in Fundraising Management". Über den Zeitraum von zwei Semestern wird berufsbegleitend jeweils einmal pro Monat ein dreitägiger Veranstaltungsblock mit Kurzvorlesungen, Seminaren, Workshops und Case Studies angeboten. Den Abschluss bildet eine Diplomarbeit, in der die Teilnehmer ein eigenes Fundraisingsprojekt entwickeln und umsetzen.

Diploma of Advanced Studies in Fundraising Management, ab 5. September in Winterthur
▶ **www.zhaw.ch/de/weiterbildung**

Storytelling

Es ist ja aus dem Marketing für NPOs überhaupt nicht mehr wegzudenken. Was aber genau verbirgt sich hinter dem Zauberwort Storytelling? Das erklärt Florian Bolka von Greenpeace im September in Köln. Effiziente Ansprache von Zielgruppen unter modernen digitalen Vermarktungsmöglichkeiten? Das wird im Anschluss kein Problem mehr sein, denn die Teilnehmer erhalten NPO-spezifische Kenntnisse über die digitale Kommunikation mit Zielgruppen-Segmentierung, individuelle Betreuung inklusive.

Digitales Storytelling mit Zielgruppen-Segmentierung, 19. September in Köln
▶ **www.npo-akademie.de**

Viel Erfahrung am Start

Fundraisingtage locken mit viel praktischem Know-how

Der Sächsische Fundraisingtag am 7. September 2017 an der TU Dresden und der Fundraisingtag Berlin-Brandenburg am 26. September 2017 an der Universität Potsdam locken Teilnehmer aus Vereinen und Stiftungen mit viel praktischer Erfahrung.

Almuth Wenta vom BUND bringt ihr Wissen bei der Betreuung von Großspendern und im Erbschaftsmarketing in einen Workshop ein, wo auch kleine und mittlere Organisationen lernen, was man für ein Basispaket im Nachlass-Fundraising braucht. Christine Lindemann vom Horizont e. V. in München berichtet über ihr regionales Fundraising. Gerade baut der Verein mit Spenden an seinem zweiten Mutterhaus. Kai Wichmann von „Brot für die Welt" wird dagegen versuchen, den Webseiten der Teilnehmer einen neuen Drive zu geben. Sein Thema: Online-Fundraising.

Weitere Themen sind Unternehmenskooperation, Telefon-Fundraising, Gesprächsführung mit Großspendern und natürlich auch der gute alte Spendenbrief.

Die Teilnehmer können zwei Seminare und bis zu drei Vorträge besuchen. In Dresden wird der Tag noch vom Kirchenfundraisingtag Sachsen komplettiert, der sich besonders an Gemeinden und kirchliche Projekte richtet und in Kooperation mit der Evangelischen Landeskirche Sachsen durchgeführt wird. Veranstalter ist das Fundraiser-Magazin. „Wir freuen uns wieder auf fast 400 Teilnehmer im Herbst. Bei uns ist für jeden was dabei", so Organisator Matthias Daberstiel.

Wie immer sparen Frühbucher 40 Euro. Schnelles Buchen sichert also nicht nur das Wunschseminar, sondern auch das Wohlwollen des Vorstands, sofern er nicht selbst kommt.

Sächsischer Fundraisingtag,
7. September in Dresden
Fundraisingtag Berlin-Brandenburg,
26. September in Potsdam
▶ www.fundraisingtage.de

Akademie
Beratung
Wissen

Fundraising Akademie
WERTE GESTALTEN. IDEEN FÖRDERN.

Fortbildung „CSR-Manager/-in (FA)"

Corporate Social Responsibility (CSR):
berufsbegleitend, kompakt und praxisorientiert

Unternehmerische Verantwortung als Beruf

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

www.fundraisingakademie.de

In Kooperation mit
KOMPASS
FundConsult

Das alles – und noch viel mehr – finden Sie

Fundraising-Jobs

Kostenlose Job-Börse

für Jobs in Non-Profit-Organisationen

In unserer Online-Stellenbörse finden Sie Ihren neuen Traumjob oder können selbst solche Jobs anbieten. Tragen Sie offene Stellen in Non-Profit-Organisationen hier ein oder stöbern Sie in den Inseraten! Dieser Service ist bei uns kostenlos.

Karriere im Fundraising

Dossier zum Thema Karriere

Wie wird man Fundraiser? Welche Berufswege sind typisch? Welche Voraussetzungen muss man erfüllen? Und was tun NGOs, um ihr Personal weiterzubilden? Im Dossier zum Thema Karriere hat unsere Redaktion für Sie Antworten auf diese Fragen zusammengestellt.

Fundraising-Kalender

Seminare + Tagungen auf einen Blick

Im Fundraising-Kalender finden Sie aktuelle Veranstaltungs-Termine für Vereine, Stiftungen und NGOs rund um die Themen Spenden, NPO-Management und Öffentlichkeitsarbeit. Stöbern Sie einfach in der Terminliste oder nutzen Sie zielgerichtet die Suchfunktion!

Fundraisingtage

Gleich direkt zur Tagung anmelden

Die Fundraisingtage, die das Fundraiser-Magazin veranstaltet, sind immer einen Besuch wert. Profitieren Sie vom Wissen kompetenter Fachreferenten und vom Erfahrungsaustausch mit anderen Vereinen und Stiftungen! Alle Termine und Details unter *www.fundraisingtage.de*

Fotocredits: AdobeStock©Tijana, AdobeStock©charles taylor, AdobeStock©davooda, AdobeStock©vitamin s, AdobeStock©weerachai, arthurhidden@fotolia.com, georgejmclittle@fotolia.com, Paul Stadelhofer

auf www.fundraiser-magazin.de .at .ch

Dienstleister-Verzeichnis

Wer kann was, wer unterstützt wo?

In unserem Dienstleisterverzeichnis finden Sie über 100 Unternehmen rund um die Themen Sozialmarketing, Fundraising, Direktmarketing und Kommunikation. Sie bieten Unterstützung im Bereich Beratung, Druckerei, Software, Kommunikation, Lettershop, Kreation, Face-to-Face- oder Telefon-Fundraising sowie Recht und Steuern. Suchen Sie einfach nach Stichworten oder nach Region!

Archiv-Recherche

Stöbern Sie kostenlos

Hier ist alles drin, nur keine Staub-Allergie! Im Online-Archiv des Fundraiser-Magazins können Sie in den älteren Heften stöbern. Blättern Sie in den PDF-Dateien oder nutzen Sie unsere Volltextsuche. Die Recherche im Archiv des Fundraiser-Magazins ist unbegrenzt und kostenfrei.

Dossier Fördermittel

Die passende Förderung finden

Fundraising-Einsteiger suchen oft die passende Förderung für ihr Projekt. Das Fundraiser-Magazin hat verschiedene Förder- und Stiftungsverzeichnisse zusammengeführt und einen Überblick erstellt.

So geht Online-Fundraising

Mit Technik Herzen öffnen

Die Online-Spende gehört im modernen Fundraising zu den Akquise-Instrumenten mit den stärksten Wachstumsraten. Wir zeigen in der Textsammlung „Online-Fundraising“, was notwendig ist, um die vielfältigen Möglichkeiten des Online-Fundraisings zu nutzen.

Abo und Bücher bestellen

Fachlektüre, die Spaß macht

Bestellen Sie sich bequem Ihr Fundraiser-Magazin nach Hause oder ins Büro. Auch das beliebte Orga-Abo für die Kollegen können Sie online buchen.
Oder wie wäre es mit einem Fachbuch aus der Edition Fundraiser? Das gibt es unter *www.edition-fundraiser.de*

Nackte Tatsachen

Der große Reformator, wie Gott ihn schuf – oder zumindest wie die Giordano-Bruno-Stiftung ihn sieht. Vor Beginn des Evangelischen Kirchentags im Mai hatte sie die über vier Meter hohe Figur vor dem Berliner Reichstag postiert. Mit der Kunstaktion will die Stiftung zeigen, dass es an der Person Martin Luther auch dunkle Seiten gab. Auf der Rückseite des Kunstwerks sind judenfeindliche Ratschläge Luthers wie das Abbrennen von Synagogen und Zwangsenteignung zu lesen.

▶ www.giordano-bruno-stiftung.de

Werte bewahren

Europäische Stiftungen gründen Allianz

Was vor einigen Jahren noch kaum vorstellbar war, wird nun zur bitteren Realität: Die demokratischen Grundfreiheiten wie Presse- und Meinungsfreiheit sind in immer mehr europäischen Ländern gefährdet. Das macht auch NGOs und Stiftungen das Leben schwer. Um dem Geschehen eine starke Zivilgesellschaft entgegenzustellen, haben sich mehrere europäische Stiftungen zu einer Allianz zusammengetan, darunter die Bertelsmann- und die Bosch-Stiftung, die Erste Foundation und die Open Society Foundation. Auf der „28. European Foundation Center Konferenz" vom 31. Mai bis 2. Juni in Warschau wurde die gemeinsame „Warschauer Erklärung" präsentiert, mit der sich die „Philantropic Alliance for Solidarity and Democracy in Europe" für freiheitliche Werte einsetzt. Geplant ist auch ein Solidaritätsfonds, der zivilgesellschaftliche Akteure bei ihrer Arbeit sowohl finanziell als auch ideell unterstützt.

▶ www.efc.be

MEINE MEINUNG

„Anspruchsvolle Sendungen werden ins Randprogramm verbannt"

Ein Kommentar von UTE NITZSCHE

Kennen Sie das? Da wird im Radio oder im Vorabendprogramm der Öffentlich-Rechtlichen eine Sendung angekündigt, die Sie durchaus interessieren könnte, doch dafür müssen Sie bis zum späten Abend ausharren oder sich einen Tag frei nehmen. Als ich las, welche Sendungen die CIVIS-Medienstiftung dieses Jahr ausgezeichnet hat, wurde mir dieses Phänomen wieder eindringlich vor Augen geführt. Beispiel: das Hörspiel „Jenseits der Kastanien" von MDR-Kultur, Sendetermin: 22 Uhr. Oder ein Beitrag des Politikmagazins „Panorama" im NDR, Sendetermin: gegen 21.45 Uhr. Prämiert wurden außerdem Filme und Onlinesendungen, die nun eben auch nicht in der Primetime laufen. Kurz: Man hat das Gefühl, anspruchsvolle Medieninhalte – und davon ist auszugehen, weil sie den Preis erhalten haben – werden ins Randprogramm verbannt. Das ist natürlich nicht der Fehler der Stiftung, aber es fördert auch nicht unbedingt das Anliegen der von ihr vergebenen Auszeichnung, die sich „Medienpreis für Migration, Integration und kulturelle Vielfalt in Europa" nennt. Denn mit gut gemachten Medieninhalten könnten diese gerade jetzt so aktuellen Tugenden innerhalb der breiten Bevölkerung gefördert werden. Stattdessen lassen sich die ARD, ZDF und Co. als „Lügenpresse" beschimpfen und glänzen weiter mit „Notruf Hafenkante" und „Großstadtrevier". Immerhin wurde die Preisvergabe im Fernsehen gezeigt: bei der ARD um 0.50 Uhr, im WDR um 8.20 Uhr und bei ORF III um 23.20 Uhr.

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

Kurzgefasst …

Präsident ganz sportlich

Ganz in der Tradition seiner Vorgänger ist nun auch Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier Schirmherr der Stiftung Deutsche Sporthilfe. Die Stiftung, die den Spitzensport in Deutschland fördert, feiert in diesem Jahr ihr 50-jähriges Bestehen. 1977 übernahm zum ersten Mal ein deutscher Bundespräsident die Schirmherrschaft.

▶ www.sporthilfe.de

Funk und Soul für Äthiopien

Prominente Hilfe durch die Funk- und Soul-Band „Bittenbender" erhält ab jetzt die Stiftung Menschen für Menschen. Die Münchner Musiker werden die Hilfsorganisation ehrenamtlich bei Aktionen unterstützen und als Botschafter in der Öffentlichkeit vertreten. Besonderes Augenmerk liegt auf der Initiative „High Five 4 Life", die junge Menschen für die Projekte der Stiftung begeistern will.

▶ www.menschenfuermenschen.de ▶ www.highfive4life.de

Mee(h)r Schutz für Ozeane I

Wer sich über aktuelle Daten und Fakten zum Zustand der Ozeane informieren will, kann das im „Meeresatlas 2017" tun, den die Heinrich-Böll-Stiftung zusammen mit dem Exzellenz-Cluster „Ozean der Zukunft" und „Le Monde Diplomatique" veröffentlicht haben. Themen sind unter anderem Überschwemmungen, der Kampf um Rohstoffe und das Meer als globale Müllkippe.

▶ www.boell.de/meeresatlas

Mee(h)r Schutz für Ozeane II

Zum Schutz der Weltmeere haben die KfW Entwicklungsbank und das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) die Stiftung „Blue Action Fund" mit Sitz in Frankfurt gegründet. Als Startkapital stehen 24 Millionen Euro zur Verfügung. Auf der Agenda stehen in den nächsten zwei Jahren zwölf neue Projekte, mit denen unter anderem umweltfreundlicher Tourismus und neue Schutzgebiete gefördert werden sollen.

▶ www.blueactionfund.org

Kind und Karriere

Die Deutsche Bundesstiftung Umwelt (DBU) ist als familienbewusst zertifiziert worden, weil ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter besonders gut Familie und Beruf unter einen Hut bekommen können. Vorausgegangen war eine mehrmonatige Prüfung der Personalpolitik, bei der unter anderem der Status quo analysiert wurde. Initiiert hat das Audit die Hertie-Stiftung.

▶ www.dbu.de

Fliegen ohne Kerosin

Gewinner bei „Jugend forscht"

Auch in diesem Jahr haben wieder helle Köpfe ihre Ideen beim Bundeswettbewerb „Jugend forscht" eingereicht. Die besten Nachwuchswissenschaftler Deutschlands in den Fächern Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik (MINT) wurden am 28. Mai von Bundesbildungsministerin Prof. Dr. Johanna Wanka, die gleichzeitig Kuratoriumsvorsitzende der Stiftung Jugend forscht e. V. ist, ausgezeichnet. Über den Preis des Bundespräsidenten kann sich der 18-jährige Philipp Sinnewe aus dem Saarland freuen. Er präsentierte einen energieeffizienten Flugzeugantrieb, der statt mit Kerosin mit einem Wasser-Alkohol-Gemisch funktioniert und den er in aufwendigen Versuchen weiterentwickelt hat.

Originell wurde es bei den Bayern Johannes Greiner und Stephan Wagner. Sie nahmen sich die sogenannten Liesegangschen Ringe vor – ein Phänomen, bei dem Metallsalze ringförmige Strukturen bilden – und untersuchten, wie diese in Gelatine-Gel entstehen. Dafür gab es den Preis der Bundeskanzlerin. Die Liste aller Gewinner und ihrer Projekte finden Sie auf

▶ www.jugend-forscht.de

„Wir sind keine Loki-Schmidt-Gedächtnisstiftung“

Fundraising nach dem Tod der Stiftungsgründerin

Loki Schmidt ist ein Name, der immer noch Gewicht hat und ihrer Stiftung nicht selten zu größeren Zuwendungen verhalf. Was hat sich nun nach ihrem Tod geändert? Wie gelingt es einer Stiftung, die Identität der Gründerin zu bewahren und sich gleichzeitig von ihr zu emanzipieren?

Von UTE NITZSCHE

„Man schützt nur, was man kennt“, hat Loki Schmidt zu Lebzeiten gesagt und meinte damit in erster Linie die Welt der Pflanzen, die ihr sehr am Herzen lag. Schon 1979 gründete die Frau von Altbundeskanzler Helmut Schmidt eine Stiftung zum Schutz gefährdeter Pflanzen, die sie mit ihrem Wirken und Handeln über Jahrzehnte hinweg stark prägte. Die vermögende Stifterin, die sich überwiegend im Hintergrund hält, war sie dabei nie. Im Gegenteil, Loki Schmidt stammte aus einfachen Verhältnissen. Von Anfang an war die Stiftung darauf angewiesen, Spenden und Drittmittel einzuwerben. Was die passionierte Naturschützerin jedoch hatte, waren wertvolle Kontakte und einen bekannten Namen, der häufig die ein oder andere Tür öffnen konnte und ab und an auch zu einer Großspende führte.

Ihr Tod im Herbst 2010 war für die Stiftung zwar keine jähe Zäsur, mit der einmal komplett alles von den Füßen auf den Kopf gestellt wurde, machte sich aber natürlich bemerkbar. Wie geht eine Stiftung damit um? Geschäftsführer Axel Jahn, der lange Jahre mit Loki Schmidt zusammengearbeitet hat, erklärt, dass das Stiftungsteam anfing, sich darüber Gedanken zu machen, welche Besonderheiten die Gründerin auszeichneten und wie man diese mit der Stiftung verbinden kann. Schnell stand da vor allem die Art und Weise, wie sie anderen das Thema Naturschutz nahebrachte, im Mittelpunkt. „Loki Schmidt wollte immer Herzen und Seelen der Menschen erreichen, statt sie nur mit Wissen zu versorgen“, erinnert sich Jahn. Ihr ging es vor allem darum, andere für ihr Anliegen zu gewinnen, sodass diese es mittragen. Natur war für sie – und so vermittelte sie es auch allen anderen – eine Bereicherung des eigenen Alltags. Darin wiederum lag für Loki Schmidt der Schlüssel zu einem achtsameren Umgang mit der Umwelt, und so entstand nach ihrem Tod in der Stiftung der Claim „Naturschutz mit Hand und Herz“.

Konkret heißt das, dass die Stiftung wie schon zu Lebzeiten ihrer Gründerin Flächen kauft und pachtet, um dort geschützte Pflanzen und Tierarten zu erhalten. Vor

allem für Schüler gibt es zahlreiche Projekte, um das Thema aus der bloßen Theorie in den Klassenzimmern herauszuholen und Kindern echte Erlebnisse in der Natur zu ermöglichen. Denn der persönliche Kontakt zu den Menschen vor Ort war Loki immer besonders wichtig, da direkte Gespräche oft zu den besten Lösungen für alle führen. Und so soll es auch weiterhin bleiben. Erhobene Zeigefinger, die Weltuntergangsstimmung und Katastrophenszenarien heraufziehen lassen und mit denen manch andere Organisation um Unterstützung wirbt, seien nicht das Mittel der Wahl, wie Axel Jahn betont.

Wie also sieht das Fundraising sieben Jahre nach Loki Schmidts Tod aus? Tatsächlich wurden die Anstrengungen verstärkt. Seit einiger Zeit arbeitet eine professionelle Fundraiserin bei der Stiftung – eine Stelle, die neu geschaffen wurde. Die Datenbank wird regelmäßig mit neuen Adressen gefüttert, Aktivitäten im Großspenderfundraising haben zugenommen und Projekte werden häufiger mit Drittmitteln von anderen Stiftungen oder der öffentlichen Hand realisiert. Auch neue Ideen wie der Lange Tag der Stadtnatur wurden entwickelt. „Wir haben Fundraising als Aufgabe noch einmal ganz neu angenommen und uns lange im Vorstand damit befasst", sagt Axel Jahn.

Der Geschäftsführer erklärt weiterhin, dass sich die Stiftung bewusst dafür entschieden hat, den Namen weiter im Titel zu führen, weil er besonders in Hamburg, aber auch in Deutschland nach wie vor einen sehr guten Klang hat und für eine Haltung und Werte steht, die Loki Schmidt vorgelebt hat und die der Stiftung wichtig sind. Er gibt jedoch auch zu bedenken, dass mit der Zeit immer weniger Leute etwas mit dem Namen Loki Schmidt anfangen können. Besonders Schüler blicken ratlos drein, wenn sie ihn zum ersten Mal hören. „Wir stehen oft vor der Frage, wie wir damit umgehen, vor allem, weil wir viel Kinder- und Jugendbildung machen." Die Stiftung bezieht sich auf Schmidt, wenn es ums Fundraising geht. „Wir müssen uns aber überlegen, wo wir in zehn oder zwanzig Jahren stehen", so Axel Jahn. „Wir tragen Loki Schmidt nicht ständig vor uns her. Wir sind ja keine Loki-Schmidt-Gedächtnisstiftung." Das Ziel sei es vielmehr, eine Marke zu formen, die zukunftstauglich ist und die Organisation von anderen unterscheidbar macht, dabei aber gleichzeitig im Geiste der Gründerin wirkt. „Ein Kriterium bei der Frage, ob sich die Stiftung bei einem bestimmten Projekt engagiert, ist immer: ‚Wie würde Loki das sehen? Würde sie das auch machen oder eher nicht?'", erklärt er. Stiftungen in einer ähnlichen Situation rät Jahn, unbedingt den Transfer von der konkreten Persönlichkeit hin zu einer Haltung beziehungsweise einer Leitlinie hinzubekommen, die von der verstorbenen Person und ihrem Wirken ausgeht, aber auch ein eigenes Profil zu entwickeln.

▶ www.loki-schmidt-stiftung.de

Das Agilitäts-Konzept für Stiftungen

Fit für die Zukunft mit dem neuen Management-Ansatz

Seminar, 4.-5. Okt. 2017, Berlin

Agil werden!

Niedrigzins und demografischer Wandel, Digitalisierung oder auch die stiftungsrechtliche Dynamik zwingen Stiftungen, sich radikal zu erneuern. Die Fähigkeit, **auf vielseitige Veränderungen gleichzeitig, schnell und zielgerichtet zu reagieren**, ist die zentrale Schlüsselkompetenz, um als Stiftung langfristig wirken zu können.

Kommen Sie am 4./5.10.2017 nach Berlin und lernen Sie in unserem **Seminar »Das Agilitäts-Konzept für Stiftungen«** einen innovativen, im NonProfit-Bereich besonders erfolgversprechenden Führungsansatz kennen. Profitieren Sie von den Erfahrungen der Entwickler des »Agility Management & Leadership Modells« Martin Luckmann und Birgit Feldhusen – sowie vom **Austausch mit Kollegen und Agilitätsvorreitern** aus der Praxis.

Inhalte

- **Was ist Agilität?** Und warum ist sie für die Stiftungsarbeit heute überlebenswichtig?
- **Wie gestalte ich meine Organisation agil?** Ziele und Funktionsbereiche, Aufgaben und Umsetzung.
- **Best Practices:** Welche Erfahrungen und Erfolge konnten andere Stiftungen mit agilen Methoden machen?

Weitere Informationen und Anmeldung:

www.ESV-Akademie.de/Agilitaet

In Zusammenarbeit mit: AgileBrains

Gold-Sponsor: BPM Berlin Portfolio Management – Berlins erste Adresse für bankenunabhängige Vermögensverwaltung

ESV AKADEMIE

ESV-Akademie · Genthiner Straße 30 G · D-10785 Berlin
info@ESV-Akademie.de
Tel. (030) 25 00 85 - 856 / - 858

Mit Vermögen positive Wirkung schaffen

Impact Investing für Stiftungen und Philanthropen

Stiftungen können mit Impact Investments trotz sinkender finanzieller Erträge ihre gesellschaftliche Wirkung erhalten oder sogar steigern. Auch für Fundraiser sind wirkungsorientierte Vermögensanlagen ein interessantes neues Tool.

Von JOHANNES P. WEBER

Während des deutschen Stiftungstags im Mai in Osnabrück wurde nicht nur über das Thema Bildung sondern auch intensiv über die Vermögensanlage der Stiftungen diskutiert. Wie können im aktuellen Niedrigzinsumfeld noch Erträge zur Erfüllung des Stiftungszwecks erwirtschaftet werden? Mehr Sachwerte, mehr Risiko oder eine höhere Aktienquote sind mögliche Antworten auf diese Frage. Dabei wird jedoch oftmals nicht berücksichtigt, dass Investments nicht nur eine finanzielle Rendite abwerfen, sondern immer auch eine gesellschaftliche (soziale und/oder ökologische) Wirkung haben. Diese kann negativ, aber auch positiv sein. Man denke nur an Investments in Integrationsbetriebe, die IT-Hardware aufarbeiten beziehungsweise recyceln, oder an nachhaltige Immobilienprojekte, die einen Quartiersansatz verfolgen und so nachweislich zu einem besseren Zusammenleben unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen beitragen. In diesen Fällen spricht man seit einigen Jahren von Impact Investments oder wirkungsorientierten Vermögensanlagen. Das Globale Impact Investing Network (GIIN) definiert diese als „Investitionen in Unternehmen, Organisationen und Fonds mit der expliziten Absicht, nebst einer finanziellen Rendite eine soziale und/oder ökologische Wirkung zu erzielen."

Für Stiftungen können Impact Investments eine Möglichkeit sein, trotz sinkender finanzieller Erträge aus dem Vermögen ihre gesellschaftliche Wirkung zu erhalten oder sogar zu steigern. Natürlich ist das mit einem gewissen Aufwand verbunden. Bestehendes Portfolio analysieren, Gremien überzeugen, Anlagerichtlinien anpassen, Kompetenzen aufbauen und passende Investments finden kann mitunter einige Zeit in Anspruch nehmen und Kraft kosten. Doch es ist lohnend, sich gemeinsam mit anderen auf diesen Weg zu begeben und das Wirkungspotenzial des Stiftungsvermögens besser zu nutzen. Viele Stiftungen tun dies bereits seit Jahren oder sogar Jahrhunderten. Man denke nur an die vielen Anstaltsträgerstiftungen oder die Fuggerei in Augsburg. Durch die aktuelle Diskussion über Impact Investing erlangen diese Modelle wieder an Aktualität und bekommen Modellcharakter.

Auch aus einer Fundraising-Perspektive ist Impact Investing ein interessantes neues Tool. Als Ergänzung zur Spende können Impact Investments helfen, größere Projekte zu realisieren. Zudem kann Impact Investing Neuspendern den Einstieg in den philanthropischen Bereich ermöglichen beziehungsweise erleichtern. Für Philanthropen stellt es eine weitere Möglichkeit dar, sich zu engagieren.

National wie international wächst der Impact-Investing-Bereich seit Jahren stark. Die jährliche Befragung des Global Impact Investing Networks ergab für 2016 ein Marktvolumen von weltweit 114 Milliarden US-Dollar (+ 22,1 Mrd. für 2016). Für Deutschland ergab die letzte Erhebung des Forums Nachhaltige Geldanlagen 4,8 MilliardenEuro (+ 84% ggü. dem Vorjahr). Speziell für den Bereich der sozialen Investments spricht das Analyse- und Beratungshaus für wirkungsvolles gesellschaftliches Engagement Phineo in seinem Marktbericht von 70

Millionen Euro an investierbarem Kapital (eine Verdreifachung zu 2012).

Der deutsche Impact-Investing-Markt ist somit, vor allem in den Dimensionen der Investmentwelt, noch relativ klein, aber es besteht aktuell ein gewisses „Momentum zum Aufbruch“, wie Phineo in seinem Marktbericht argumentiert. Viele der Organisationen, Institutionen und Netzwerke, die angetreten sind, Sozialunternehmer zu unterstützen und deren Finanzierungssituation zu verbessern (Finanzierungsagentur für Social Entrepreneurship (FASE), Impact Hub, Social Entrepreneurship Akademie oder Social Impact), haben sich mittlerweile etabliert, skalieren ihre Modelle oder entwickeln neue Finanzierungsvehikel. Die FASE etwa arbeitet aktuell an einem hybriden Co-Investment-Fonds zur frühphasigen Finanzierung von Sozialunternehmen. Die deutschen Impact (Venture)-Fonds – BonVenture und Ananda Social Ventures – erhöhen kontinuierlich das Volumen ihrer Fonds und entwickeln Pilotprodukte wie den MRI-Pilotfonds Bildung explizit für Stiftungen. Gleichzeitig treiben starke, in diesem Bereich neue Akteure wie Phineo den Marktaufbau unter anderem durch neue innovative Finanzierungsvehikel voran. Von Stiftungsseite sind vor allem die Bertelsmann-Stiftung und die BMW Foundation Herbert Quandt in diesem Bereich aktiv. Gemeinsam mit dem Bundesverband Deutscher Stiftungen koordiniert die BMW Foundation unter anderem den Expertenkreis Impact Investing und hat im letzten Jahr einen Stiftungsratgeber zu diesem Thema herausgebracht. Der Bundesverband gibt Stiftungen im Rahmen seiner Initiative „Kapital und Wirkung“ eine Reihe von Hilfestellungen, um die Wirkungsbilanz der Vermögensanlage zu verbessern. Auch internationale Organisationen und Netzwerke wie Toniic, GIIN oder die European Venture Philanthropy Association (EVPA) gewinnen auch in Deutschland kontinuierlich an Mitgliedern. Das aktuelle Niedrigzinsumfeld stellt für deutsche Stiftungen eine große Herausforderung dar. Impact Investing kann ein Mittel sein, darauf zu reagieren und trotz sinkender finanzieller Renditen, die gesellschaftliche Wirkung der Stiftung zu erhalten.

Johannes P. Weber ist Projektmanager bei der BMW-Foundation Herbert Quandt und beschäftigt sich schwerpunktmäßig mit Impact Investing. Unter anderem koordiniert er den Expertenkreis Impact Investing im Rahmen des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen und hat am ersten Ratgeber „Impact Investing für Stiftungen“ mitgewirkt.
▶ www.bmw-foundation.org

Banker an die Pinsel

Kreativität in Teamarbeit wird zur gelebten Inklusion

Auf den ersten Blick wirken manche Kooperationen ungewöhnlich, erweisen sich aber beim näheren Hinsehen als großer Erfolg. Die Stiftung Liebenau hat Künstler mit Behinderung und Bankmitarbeiter zum gemeinsamen Malen zusammengebracht. Herausgekommen ist viel mehr als tolle Kunstwerke.

Von UTE NITZSCHE

Es war 2012, einen Tag nach Nikolaus, als eine E-Mail bei der Stiftung Liebenau eintraf – die HypoVereinsbank suchte Partner für die Rest-Cent-Initiative, bei der Mitarbeiter den Cent-Betrag ihres monatlichen Nettogehalts für gemeinnützige Zwecke spenden. Nach einigen Überlegungen, ob ausgerechnet ein Unternehmen aus der Finanzwirtschaft zu einer Stiftung passt, die sich seit 1870 auf kirchlich-katholischer Grundlage für Menschen einsetzt, die besondere Unterstützung benötigen, gewann die Sache an Schwung. Ein erstes Kreativpaket wurde geschnürt, Weihnachtskarten gestaltet und im Februar 2014 stand das erste Treffen an.

Ein Jahr später malten dann zum ersten Mal die Azubis der Bank zusammen mit den behinderten Künstlern in der Kreativwerkstatt der Stiftung. Im Jahr darauf wagten sich auch Führungskräfte an die Pinsel. Und auch 2017 gab es schon eine Malaktion. Immer dabei ist eine Kunsttherapeutin, die seit 20 Jahren im Förderbereich tätig ist, Ausstellungen organisiert und Kontakte knüpft. Die Bilder wurden anschließend in den Bankfilialen in Ulm, Ravensburg und Lindau ausgestellt. Auch Kliniken haben ihre Räume schon mit Bildern aus dem Projekt geschmückt. Einige der Kunstwerke wurden sogar verkauft, der Erlös kommt den Projekten der Stiftung zugute. Auch Spenden konnten mit den Aktionen generiert werden.

Doch was viel wichtiger ist und mit Geld nicht bezahlt werden kann, ist das Selbstbewusstsein der gehandicapten Künstler, welches sie aus dem Projekt ziehen. Anita Bruder, Renate Hoffmann und Günter Pruchner sind regelmäßig in der Kreativwerkstatt aktiv. Das gemeinsame Malen mit den Bankmitarbeitern macht ihnen großen Spaß. „Ich wusste gar nicht, dass Banker so nette Menschen sind“, so das Fazit. Ein Paradebeispiel für gelungene Inklusion, Teamarbeit und den Bewusstseinswandel, den die Stiftung Liebenau anstoßen will. „Verschiedenheit ist normal“ ist einer ihrer Leitgedanken. Und natürlich profitiert auch die HypoVereinsbank davon – Teambuilding, CSR, Imagegewinn und neue Kundenevents lauten die Schlagworte.

Einige Stolpersteine müssen dennoch aus dem Weg geschafft werden, wie Helga Raible, Fundraising-Managerin der Stiftung Liebenau, zu bedenken gibt. Alle beteiligten Personen sollten auf jeden Fall frühzeitig einbezogen werden. Nicht zu unterschätzen sind auch mögliche Imageschäden, die eine solche Kooperation mit sich bringen kann. Deshalb, so Helga Raible, sollte man Veränderungen im Unternehmen, mit dem man als gemeinnützige Organisation zusammenarbeitet, stets im Blick haben. Und schließlich spielt auch wie so oft das Budget eine Rolle. Was passiert, wenn zum Beispiel die Bank keine Gelder mehr für das Projekt bereitstellt? Doch bis jetzt sind alle Beteiligten mit Enthusiasmus bei der Sache; weitere gemeinsame Malaktionen sind geplant. Und um etwaige Unkenrufe aus dem Weg zu räumen: Die Stiftung Liebenau hat kein Konto bei der HypoVereinsbank, echte Kunst ist schließlich unbezahlbar.

▶ www.stiftung-liebenau.de

Weltweit vernetzt

Stiftungen mehrerer Länder gründen Plattform fürs Klima

Die USA unter Donald Trump haben mit dem Ausstieg aus dem Pariser Abkommen dem weltweiten Klimaschutz gerade den Rücken gekehrt; umso wichtiger wird es nun, dass sich der Rest der Welt verstärkt um Nachhaltigkeit und den Schutz unseres Planeten bemüht. Mehr als 30 Stiftungen aus acht Ländern haben deshalb eine Plattform gegründet, die sich für eine globale Klimawende einsetzt. Das wurde am 17. Mai auf dem Deutschen Stiftungstag in Osnabrück bekannt gegeben.

Der sogenannten Foundations-Plattform haben sich unter anderem die Bundesstiftung Umwelt (DBU), die Stiftung Mercator, die European Climate Foundation, der World Wide Fund For Nature (WWF), der Rockefeller Brothers Fund und die Avina-Foundation aus Südamerika angeschlossen. Zusammengerechnet kommen alle beteiligten Stiftungen auf ein Kapital in Höhe eines zweistelligen Milliardenbetrags in US-Dollar.

Angelehnt an den G20-Gipfel will die Stiftungs-Allianz Vermittler zwischen den 20 wichtigsten Industrie- und Schwellenländern sowie der Privat- und Finanzwirtschaft und der Zivilgesellschaft sein. Klaus Milke von der Stiftung Zukunftsfähigkeit erklärt: „Die globale Transformation, auf die sich Staaten weltweit im Paris-Abkommen geeinigt haben, fordert alle gesellschaftlichen Bereiche. Auch Stiftungen sind gefragt: als Geldgeber und Brücke zwischen Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft.“ Die beteiligten Stiftungen wollen aber nicht nur Impulse geben, sondern auch selbst handeln und Themen und Schwerpunkte setzen. Dr. Lars Grotewold, der bei der Stiftung Mercator den Bereich Klimawandel leitet, gibt das Ziel vor: „Die G20-Staaten als Verursacher von drei Vierteln der globalen Treibhausgasemissionen müssen in enger Zusammenarbeit mit der Zivilgesellschaft voranschreiten.“

▶ www.foundations-20.org

Neuauflage 2017

Partner der Verbände
Qualifizierte Experten und Dienstleister für Verbände

SERVICE-GUIDE

Überzeugen Sie jetzt die Entscheider in Verbänden und Organisationen von Ihren Kompetenzen und Ihrem Know-how. Mit dem neuen Service-Guide sind Sie print und online präsent, wenn Verbände den geeigneten Dienstleister suchen u. a. aus den Bereichen:

- Tagungshotel, Eventlocation, Seminar- und Tagungszentrum
- Kongresszentrum, Messe oder PCO
- Verbandsberater, Rechtsanwalt, Steuerberater oder Spezialversicherer
- Softwarehersteller oder Social-Media-Experte
- PR- und Künstler-Agentur, Werbeagentur oder Druckerei
- Profi-Redner oder -Schreiber

Wir freuen uns auf Ihren Anruf, oder schreiben Sie uns eine E-Mail:
Telefon: (0228) 93 54 93-30
anzeigen@verbaendereport.de

www.partner-der-verbaende.de

Selbstlos

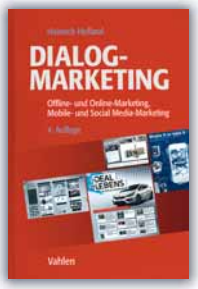
Trotz der Tatsache, dass dieses Buch bereits im vergangenen Jahr erschienen ist, wollen wir an dieser Stelle darauf aufmerksam machen. Der Autor Tillmann Bendikowski, Journalist und Historiker, hatte den Besuchern des diesjährigen Fundraising-Kongresses in Kassel mit seinem Vortrag so etwas wie eine Kurzfassung seines Buches geliefert. Die ausführliche Lektüre lohnt sich aber in jedem Fall. Oder ist Ihnen etwa bewusst, dass Helfen tatsächlich als Kulturtechnik betrachtet wird? Wer hilft, tut dies für gewöhnlich aus einem Gefühl der Selbstverständlichkeit heraus. Nicht selten spielt auch das Motiv innerer Verpflichtung mit hinein. Aber woher kommt das? Alles eine Frage der Erziehung? Nicht nur.

Bendikowski hat die Flüchtlingswelle und gesellschaftliche Reaktionen in Deutschland darauf zum Anlass genommen, seinem Metier gemäß einen Blick in die Geschichte des Helfens zu werfen. Diese soziale Geste kennt unterschiedliche Ausprägungsformen. Sie reicht von der Hilfe eines Einzelnen (Stichwort: barmherziger Samariter) bis hin zu gesetzlichen Reglementierungen durch einen (Sozial-)Staat. Und die Tatsache, dass auch Hilfe beziehungsweise Helfer kritisiert werden können, zeigt, dass Helfen eben nicht gleich Helfen ist. Der Begriff der „Entwicklungshilfe" hat bereits vor geraumer Zeit einen schalen Beigeschmack angesetzt. In den Text eingeflochten sind Gespräche mit Personen, die alle eins gemeinsam haben: Sie haben die Aufgabe des Helfens zu ihrem Beruf gemacht, egal ob Arzt oder Bischof.

Rico Stehfest

Tillmann Bendikowski. Helfen. Warum wir für andere da sind. Bertelsmann Verlag. 2016. 352 Seiten. ISBN: 978-3-57010-313-5. [D] 19,99 €, [A] 20,60 €, CHF 27,95.

Dialog



Online und offline, E-Mail und Social Media. Der Kanäle sind gar viele, auf denen Dialoge stattfinden. Man muss nicht jeden bespielen. Wenn, dann aber richtig. Direkt- bzw. Dialogmarketing ist aber am Ende auch keine Zauberei. Heinrich Holland hat inzwischen die vierte, völlig überarbeitete Ausgabe seines inzwischen als Standardwerk geltenden Titels vorgelegt und zeigt darin, wie diese Form des Marketings überhaupt entstanden ist und wie es sich mit den Veränderungen im Konsumverhalten der Kunden weiterentwickelt hat, State of the Art inklusive.

Heinrich Holland. Dialog-Marketing. Vahlen Verlag. 4. Auflage 2016. 419 Seiten. ISBN: 978-3-80065-313-3. [D] 59,00 €, [A] 60,70 €, CHF 82,50.

Kommunikation

Auch digitale Kommunikation bedarf einer genau überlegten Strategie. Wie ein Unternehmen diese entwickeln kann, zeigt dieses Buch im Detail. Dabei geht es jedoch weniger um Social Media oder einzelne Plattformen, sondern darum, welche Erweiterungen die digitale Welt grundsätzlich gegenüber bisherigen Formen von Kommunikation bietet und wie sich eigene Ansätze an die sich verändernden Bedingungen anpassen lassen. Natürlich muss solchen Prozessen zunächst eine Analyse aktueller Kommunikation vorangestellt werden. Aber auch da hilft dieses Buch.

Dominik Ruisinger. Die digitale Kommunikationsstrategie. Verlag Schäffer Poeschel. 2016. 340 Seiten. ISBN: 978-3-79103-633-5. [D] 49,95 €, [A] 51,40 €, CHF 69,85.

Mahlzeit!

Regional, Bio oder Fair. Sich zu ernähren, ist schon lange viel mehr als nur Verantwortung dem eigenen Körper, also der eigenen Gesundheit gegenüber. Ernährungskonzepte werden mitunter geradezu militant vertreten und verteidigt, dabei wird es, trotz aller Bemühungen auch von politischer Seite her, immer schwieriger, Produktionsprozesse und -wege einzelner Lebensmittel zu verfolgen. Das Stichwort lautet eben auch hier: Globalisierung. Mündigkeit des Konsumenten spielt da kaum mehr eine Rolle. Vor allem der globale Süden zieht dabei den Kürzeren.

Thomas Kruchem verfolgt die Wege multinationaler Lebensmittelkonzerne und zeigt dabei, wie diese auch Organisationen wie Oxfam mitfinanzieren. Sicherlich, ein gewisses Maß an Aufklärung, wie sich die Aktivitäten von Nestlé, Unilever und den anderen großen Namen auf dem globalen Markt gestalten, ist gut. Nur sollte jede Kritik natürlich mit kühlem Kopf formuliert werden. Wenn aber gleich auf den ersten Seiten ein Foto auftaucht, auf dem zwei Kinder traurig den Leser anblicken, wird es schon schwierig. Dann lautet die Bildunterschrift aber auch noch: „Kindern, die infolge chronischer Mangelernährung körperlich und geistig beeinträchtigt sind, fehlt der Glanz der Neugier in den Augen." Da droht jede Sachlichkeit leider ins Rutschen zu geraten.

Andererseits, so eine einzelne Stimme, die sich mit einem quasi unüberblickbaren, weil eben globalen Phänomen auseinandersetzt, stößt da leicht an ihre Grenzen. Immerhin liefert der Autor auch konstruktive Vorschläge zur Behebung der Probleme.

Rico Stehfest

Thomas Kruchem. Am Tropf von Big Food. Wie die Lebensmittelkonzerne den Süden erobern und arme Menschen krank machen. transcript Verlag. 2017. 216 Seiten. ISBN: 978-3-83763-965-0. [D] 19,99 €, [A] 20,60 €, CHF 27,95.

BWL sozial

Der Streit, ob sich das Management im dritten Sektor von dem der profitorientierten Wirtschaft unterscheidet, ist nicht neu. Friedrich Vogelbusch hat sich in seinem Buch „BWL Sozial" lobenswerter Weise weder auf die eine noch auf die andere Seite begeben. Er analysiert akribisch den historischen Weg der klassischen Betriebswirtschaftslehre, die sich auch den Sozialwissenschaften und der Systemtheorie öffnet. Das Management von Sozialunternehmen besteht für ihn heute aus vielen Facetten, die er als eine Ausdifferenzierung der klassischen BWL unter der Maßgabe der verschiedenen Rahmenbedingungen bei Unternehmen und Non-Profit-Organisationen definiert.

Es gelingt ihm so ein kompaktes und an der akademischen Lehre orientiertes Buch, das den Entwicklungsweg hin zum Management für NPOs und Sozialunternehmen betrachtet. Für angehende Manager in dem Bereich eine lehrreiche Lektüre fern jeder Ideologie.

Matthias Daberstiel

Friedrich Vogelbusch. BWL Sozial. Entwicklung einer modernen Managementlehre für Sozialunternehmen. Verlag interim2000. 2017. 236 Seiten. ISBN: 978-3-00054-111-7. [D] 20,00 €, [A] 20,56 €, CHF 41,25.

Jugendarbeit

Dieser Band ist, ohne es negativ zu meinen, wohl weniger für den Praktiker gedacht als für den Analysten und Theoretiker. Die Wirkungsevaluation mobiler Jugendarbeit basiert natürlich auf Fakten, Tatsachen und Erfahrungen aus der Praxis. Konkret handelt es sich bei diesem Buch um einige Fallstudien aus Österreich. Die Spezifik der methodischen Zugänge im landeseigenen Kontext sind jedoch deutlich, sodass eine Skalierung auf beziehungsweise ein Vergleich mit anderen Ländern durchaus möglich ist. Sozioökonomische Benachteiligung und die Gefahr sozialer Exklusion sind dabei die beiden entscheidenden Aspekte, die allen hier betrachteten Jugendlichen gemeinsam sind und somit den Kern der Forschung ausmachen. Das ist natürlich komplex. Daraus folgt, dass dieses Buch alles andere als leichte Lektüre ist. Der Ansatz ist ein durchweg akademischer. Das sollte aber niemanden abschrecken. Man kann nur dazulernen.

Rico Stehfest

Hemma Mayrhofer (Hrsg.). Wirkungsevaluation mobiler Jugendarbeit. Methodische Zugänge und empirische Ergebnisse. Verlag Barbara Budrich. 2017. 378 Seiten. ISBN: 978-3-84742-140-5. [D] 38,00 €, [A] 39,00 €, CHF 53,10.

Erfolgreich engagiert

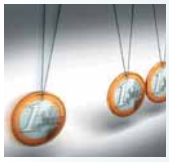
Stiftung&Sponsoring (S&S)
Das Magazin für Nonprofit-Management und -Marketing

Herausgegeben vom **DSZ – Deutsches Stiftungszentrum GmbH, Erich Steinsdörfer, und dem Institut für Stiftungsberatung Dr. Mecking & Weger GmbH, Dr. Christoph Mecking**

20. Jahrgang 2017, jährlich 6 Hefte mit je ca. 48 Seiten zuzüglich der Fachbeilage „Rote Seiten" mit je ca. 16 Seiten, DIN A 4, Jahresabonnement € (D) 114,–, ISSN 1438-0617
Einzelbezug je Heft € (D) 22,–

Als führende **Grantmaking-Zeitschrift im deutschsprachigen Raum** widmet sich Stiftung&Sponsoring dem gesellschaftlich wichtigen Feld gemeinnütziger Aktivtäten aus der Sicht der Geber, der Stifter und Spender sowie der Sponsoren: Mit viel Praxisorientierung und hoher fachlicher Kompetenz, national und international.

Lernen Sie die S&S doch einmal unverbindlich kennen:
www.SuSdigital.de/info



Besuchen Sie auch unseren
4. StiftungsIMPACT: Fundraising
Pflicht und Kür
30. August 2017, 16-19 Uhr, Berlin
Kostenfreie Teilnahme! Infos und Anmeldung über
www.ESV-Akademie.de/Fundraising

ESV ERICH SCHMIDT VERLAG
Auf Wissen vertrauen

Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG · Genthiner Str. 30 G · 10785 Berlin
Tel. (030) 25 00 85-225 · Fax (030) 25 00 85-275 · ESV@ESVmedien.de · www.ESV.info

„Gute“ Wirtschaft

Böser Kapitalismus! Oder doch nicht ganz? Jedes Modell ist noch immer menschengemacht und somit offen für Veränderungen, vor allem für Verbesserungen. Peter Grassmann kennt sich aus in der Marktwirtschaft und sieht, dass ethische und ökologische Verantwortung möglich ist und in Teilen auch zusehends gelebt wird. Zudem würde es den Blick verstellen, bei einer gerechteren, also sozialeren Wirtschaftsform von grandiosen Einschnitten zu sprechen, wenn es sich um Aspekte handelt, die den Wert der Arbeitskraft in den Mittelpunkt rücken und das Wirtschaftssystem damit in eine Richtung bewegt wird, in der sie grundlegend unterwegs sein sollte. Das zeigt auch das historische Beispiel von Ernst Abbe, der bereits Ende des 19. Jahrhunderts für die Angestellten des Zeiss-Konzerns Konditionen wie Urlaubsanspruch oder Kündigungsschutz eingeführt hatte. Trotz dieses Vorbildes kommt man bei der Lektüre aber auch nicht auf den Gedanken, dass es sich hier um ein Kinderspiel handeln würde.

Rico Stehfest

Peter H. Grassmann. Werteorientierte Marktwirtschaft. oekom Verlag. 2017. 208 Seiten. ISBN: 978-3-96006-007-9. [D] 14,95 €, [A] 15,40 €, CHF 20,90.

Postwachstum

Sind Tauschläden und Repair-Cafés als Phänomene einer Bottom-up-Bewegung bereits Ausprägungen einer wachstumsunabhängigen Wirtschaft? Die Herausgeber dieses Buches verneinen das. Stattdessen sind sie der Ansicht, dass sich ein etabliertes Wirtschaftssystem nicht von unten her umkrempeln lässt. Dazu bedarf es vielmehr grundlegender Veränderungen in Bereichen wie Produktion, aber auch Konsum.

Die 22 Beiträge zu möglichen Entwürfen einer Postwachstumspolitik stammen von 30 Autoren, die sich auf ganz unterschiedlichen Gebieten bewegen. Dadurch entsteht ein Bild größtmöglicher Heterogenität bei Ausleuchtung möglichst vieler Aspekte. Da fallen Stichworte wie Zeithygiene, Grundeinkommen und Bauverbot. Das zeigt, dass viele Punkte nicht isoliert voneinander betrachtet werden können oder sollten. Denn etwas erreichen können wir nur gemeinsam.

Frank Adler, Ulrich Schachtschneider (Hrsg.). Postwachstumspolitiken. Wege zur wachstumsunabhängigen Gesellschaft. oekom Verlag. 2017. 328 Seiten. ISBN: 978-3-86581-823-2. [D] 24,95 €, [A] 25,70 €, CHF 34,85.

Die aktuelle Foto-Love-Story:

Geteilte Freude ist doppelte Freude

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

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

Fundraiser magazin

Spitze Zunge

Dieses Buch hat in den vergangenen zwei Jahren zwar leider keine Neuauflage erfahren, ist aber erfreulicherweise noch immer zu haben. Grund genug für uns, es Ihnen zu empfehlen.

Jeder kennt das: Immer dann, wenn eine Situation längst der Vergangenheit angehört, fällt einem endlich ein, was man seinem Gegenüber hätte entgegnen können, um ein Gespräch konstruktiver oder erfolgreicher zu gestalten. Oder, wie man sich effektiv zur Wehr gesetzt hätte angesichts ungerechtfertigter Vorwürfe. Derer Zwischenfälle ereilen uns jeden Tag. Aber nur selten sind wir schnell genug mit Hirn und Zunge. Aber das kann man trainieren. Dabei sollte man sich zuerst klar darüber werden, dass Schlagfertigkeit nicht das Geringste mit Frechheit zu tun hat, mit Humor aber dafür durchaus.

Deshalb ist das siebte Kapitel mit „Wie Sie die anderen zum Lachen bringen" überschrieben. Gleichzeitig sind es nicht allein die passenden Worte, die uns zu souveränen Gesprächspartnern machen. Schon eine veränderte Körperhaltung kann einer Äußerung ganz anderes Gewicht verleihen. Und sollte Ihnen tatsächlich mal einer dumm kommen, Sie aber deutlich erkennen, dass es keinen tatsächlichen Diskussionsbedarf gibt, dann empfiehlt der Autor absurde Gegenargumente. Die mögen jetzt nicht in jedem Fall dem Fundraiser beim Großspendergespräch weiterhelfen, aber es ist immer gut zu wissen, wie man reagieren könnte. Auch das schafft Sicherheit bei Verhandlungen. Und die braucht jeder Fundraiser.

Rico Stehfest

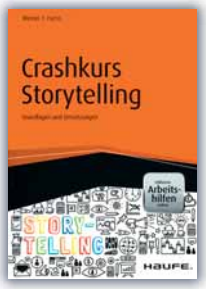
Matthias Nöllke. Schlagfertigkeit. Haufe Verlag. 3. Auflage 2015. 230 Seiten. ISBN: 978-3-64806-635-5. [D] 19,95 €, [A] 20,60 €, CHF 27,90.

Social Media

Klein und fein: Die Taschenguides von Haufe sind überaus praktisch. Das sprichwörtliche Handtaschenformat verschafft einen ersten Überblick über das Bloggen, Liken und Sharen. Social Media für den Erfolg im Job ist ein nützlich' Ding, aber man sollte schon wissen, wie weit man gehen kann. Die richtigen Informationen für die richtige Zielgruppe. Und kritische Verarbeitung dessen, was man von Dritten erhält. So schwierig ist das Ganze gar nicht. Nur gehört eben, wie bei allem, auch hier ein gewisses Maß an Organisation dazu.

Markus Pflugbeil. Erfolgreich mit Social Media. Soziale Netzwerke professionell nutzen. Haufe Taschenguide. 2016. 243 Seiten. ISBN: 978-3-64808-973-6. [D] 9,95 €, [A] 10,30 €, CHF 13,90.

Storytelling



Was Storytelling mit einem Tango-Kurs zu tun hat, verrät der Autor. Aber nicht nur das. Schon der Einstieg in diesen Crashkurs ist gerissen: Werner T. Fuchs benutzt die Instrumente des Storytelling, um den Leser ins Buch zu ziehen und zur weiteren Lektüre zu animieren. Das zeigt also gleich auf den ersten Seiten, dass der Autor versteht, wovon er redet. Aber Storytelling ist bekanntlich weit mehr als das Erzählen einer guten Geschichte. Übungen, Werkzeugkasten, Stolpersteine. Hier ist alles drin, sogar ein Link zu Arbeitshilfen online.

Werner T. Fuchs. Crashkurs Storytelling. Grundlagen und Umsetzung. Haufe Verlag. 2017. 218 Seiten. ISBN: 978-3-64808-316-1. [D] 19,95 €, [A] 20,60 €, CHF 27,90.

Edition Fundraiser

Großspenden können Großes bewirken.

Das neue Buch von Dr. Marita Haibach und Jan Uekermann

Erster kompakter und praxisnaher Überblick zum Großspenden-Fundraising im deutschsprachigen Raum

Jetzt bestellen unter edition-fundraiser.de

… oder im Buchhandel

Fragebogen: Karina Hövener ist fasziniert

Eigentlich verlief Karina Höveners Berufsweg zu Beginn in ganz anderen Bahnen. Eine Ausbildung bei der Bank – das sollte für die gebürtige Westfälin eine solide Grundlage sein. Doch das Bankwesen erwies sich nicht als ihre Herzensangelegenheit. Das Studium der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften führte sie nach Lüneburg. Während der Ausbildung und des Studiums engagierte sie sich ehrenamtlich in Projekten der Entwicklungszusammenarbeit – sei es beim Schulbau im Hochland Guatemalas oder bei Kinderhilfsprojekten in den Townships von Kapstadt/Südafrika. Doch trotz der spannenden Erfahrungen im Ausland interessierte sie sich noch mehr für das Management und Marketing der Organisationen.

So begann die Karriere im Fundraising per Zufall mit einem Praktikum bei der Agentur AMM GmbH in Hamburg – mit nachhaltigen Folgen. Auf die erste Station nach dem Studium bei der Fundraising-Akademie folgte eine Tätigkeit bei der Deutschen AIDS-Stiftung in Bonn. Als Allrounderin lernte sie dort das Handwerkszeug des Fundraisings, um 2009 zu UNICEF zu wechseln und sich auf den Bereich der Großspender und Unternehmenskooperationen zu konzentrieren. Seit 2013 leitet sie dort den neu aufgebauten Bereich Philanthropie, in dem sie und ihr Team Ansprechpartner für private Großspender, Stifter und Testamentsspender sind.

In ihrer Freizeit lässt sich Karina Hövener für Reisen in ferne Länder begeistern und findet beim Yoga die nötige Ruhe und Energie für ihre Weiterbildung zum systemischen Coach, die sie Ende des Jahres abschließen wird.

▶ www.unicef.de

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

… ohne Wecker, mit Sonnenschein und Kaffee auf dem Balkon (wenn es gerade nicht der Blick aufs Meer sein kann).

2. Was wollten Sie als Kind werden?

Krankenschwester – da sollte man 1000 D-Mark verdienen, ein Vermögen! Alternativ wäre ein Hexenleben wie das von Bibi Blocksberg durchaus eine Option gewesen.

3. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

Schulz-Zug

4. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

Die Einführung des Schulfachs „Rechte und Pflichten in einer Demokratie".

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

eine ausgiebige Reise durch Ostdeutschland

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

Orden sind für mich ein falsches Signal. Ich wünschte, Menschen würden sich auch ohne Auszeichnungen wertschätzend gegenübertreten.

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

Sie haben es sicher nicht immer leicht. Allerdings sind Sie in der wunderbaren Lage, die Welt ein Stück besser zu machen. Wenn Sie Interesse daran haben, sprechen Sie mich gern an.

von Kapstadt

8. Wer ist für Sie ein Held?

Menschen, die selbstlos (und ohne Orden!) anderen Menschen helfen, für ihre Vision einer gerechten Welt kämpfen und sich moralisch nicht verbiegen lassen.

9. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

Auf meiner Lieblingsinsel Juist – oder in Kapstadt, was mich seit einem Praktikum während des Studiums in seinen Bann gezogen hat. Leider ist es nur etwas zu weit entfernt für einen Zweitwohnsitz.

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

Oh, das ist sehr selten. Ich muss mich eher dazu zwingen, mal nichts zu tun – und dann nach zwei Minuten nicht schon wieder überlegen, was noch zu tun ist.

11. Worüber können Sie lachen?

Über aufgedeckte Missverständnisse. Über mich selbst. Oder zum Beispiel über Hagen Rether.

12. Welche Fehler entschuldigen Sie am ehesten?

Die, die reflektiert und offen ausgesprochen werden.

13. Was war früher besser?

Die sechs Wochen Sommerferien, in denen man nichts zu tun hatte.

14. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?

Durch ihr beharrliches und bisweilen auch dickköpfiges Engagement, das Thema Philanthropie immer wieder und immer mehr in den Mittelpunkt zu rücken, ist die Philanthropie heutzutage nicht mehr aus dem Fundraising wegzudenken.

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

… die Zukunft.

Wollen auch Sie diesen Fragebogen ausfüllen?

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

NÄHER AM MENSCHEN

ENTERBRAIN Software AG

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

www.enterbrain.ag

Nachrichten-Junkie Fabian F. Fröhlich feiert Welt-Fake-News-Tag

Nichts ist mehr so, wie es scheint. Heute zum Beispiel ist Welt-Fake-News-Tag. Das steht im Kalender noch nicht drin, denn die Unesco hat vertraulichen Quellen zufolge ihre Zustimmung bisher verweigert. Doch das ist nur eine Frage der Zeit. Der Deutsche Bundestag hat ja jetzt auch ein Gesetz beschlossen, das das Ausspionieren von WhatsApp mit Staats-Trojanern erlaubt. Mir tun schon die Polizeibeamten leid, die das alles lesen müssen. Und erst die ganzen Sprachnachrichten!

Datensicherheit ist zwar ein großes Thema, im Alltag ist das aber wurscht. Algorithmen wissen angeblich bald mehr über uns als wir selber – na und, who cares? Technik ist was Geiles! „Alexa, wann läuft der Film ‚Das Leben der Anderen'?" „Entschuldigung, ich kann dich nicht verstehen …" Was das betrifft, war der Stasi-Offizier aus dem Film besser dran. Der saß auf dem Dachboden und hörte jedes Wort aus der verwanzten Wohnung kristallklar.

Dafür haben die Freundinnen Alexa und Siri eindeutig mehr Sex-Appeal! Das ist wissenschaftlich bewiesen. Britische Forscher untersuchten die Reaktionen des Gehirns auf die Nutzung von sprachgesteuerten Technologien. Dabei kam raus: 29 Prozent der befragten Nutzer hatten bereits sexuelle Fantasien mit ihrem Sprachassistenten, 37 Prozent haben ihm sogar schon einmal eine Liebeserklärung ausgesprochen. Okay Alexa, schalte meine Schlafzimmerbeleuchtung ein und erhöhe die Raumtemperatur auf 21 Grad!

Neulich stand auf der Fake-News-Plattform Facebook, dass Alexa und Siri eine Stimmenmehrheit erzielen könnten, wenn sie zur nächsten Wahl antreten würden. Das Vertrauen der Menschen in diese fiktiven Charaktere sei höher als in Politiker. Und Parteien spielten sowieso bald keine Rolle mehr.

Am heutigen Welt-Fake-News-Tag lese ich in unserer Lokalzeitung von einer gelungenen Zusammenarbeit diverser Stadtratsfraktionen: Die Linken, die Liberalen und die Neu-Rechten streiten Seit an Seit für die Wiedereröffnung des alten Fernsehturms mit Aussichtsplattform. Ein CDU-Mann soll deren Reden in der Stadtratssitzung allesamt als populistisch bezeichnet haben – noch eine Gemeinsamkeit der drei! Wenn das so spannend weiterläuft, lohnt sich das Zeitungsabo.

Es geht übrigens das Gerücht, dass der Welt-Fake-News-Tag ein beweglicher Feiertag werden soll, der also immer an einem anderen Datum stattfindet, so wie Christi Himmelfahrt. Für 2018 steht der Termin noch nicht fest. Ich werde Sie rechtzeitig informieren, wenn es in dieser Sache Neuigkeiten gibt. Meinen zuverlässigen, glaubwürdigen Informanten zufolge soll es schon bald so weit sein.

Ausgabe 5/2017 erscheint am 11. September 2017 u. a. mit diesen Themen

- Werbung für die Gute Sache
- Wie Videos beim Spendensammeln
- Fundraising für Journalismus

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

Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 5/2017 ist der 24.07.2017.

ISSN 1867-0563 – 12. Jahrgang

Fundraiser magazin
Das Branchenmagazin für Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen

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

Herausgeber:
Matthias Daberstiel, Udo Lehner, Daniela Münster

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

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

Korrespondenten:
Großbritannien: Jan Uekermann, jan.uekermann@fundraiser-magazin.de
Schweiz: Katja Prescher, katja.prescher@fundraiser-magazin.ch

Anzeigen-Werbung:
matthias.daberstiel@fundraiser-magazin.de (verantwortlich), Telefon: +49 (0)351 8762 7-80, Fax: +49 (0)351 8762 7-79
Es gilt Anzeigenpreisliste Nr. 10 vom 1.12.2016

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 5/2017, die am 11.09.2017 erscheint, ist der 24.07.2017.

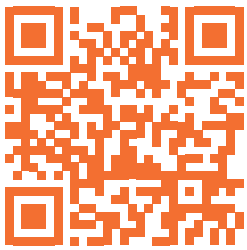
Fotonachweise:
Titelbild, S. 4 (Thema), S. 16: dilalola@photocase.com, S. 1 (Praxis): Viktor Cap 2013, S. 3: Udo Lehner, S. 4 (Menschen) & S. 12: Barbara Sigge, S. 4 (Projekte) & S. 34: Pietro Sutera, S. 5: AdobeStock©Luciano Mortula-LGM (International), S. 5 (Stiftung) & S. 78: Christoph Siegert, S. 6: Daniela Münster (Daberstiel), AdobeStock©mapoli-photo (Freikarte), S. 8: obs/PPRO Financial Ltd/RomoloTavani, S. 10: Marijan Murat (oben), twingle GmbH, S. 11: AdobeStock©PrettyVectors, S. 14: MSF – Anna Surinyach, S. 17 & 18: obs/Deutschland rundet auf, S. 17 & 20: AdobeStock©Redpixel, S. 17 & 26: KAITO Energie AG München, S. 23 GameSpot (oben), Marie Schmidt, S. 28 & 29: Holger Menze, S. 30: Daniela Münster (Stehfest), S. 32: Pierre Augier, S. 36: H. Zwietasch – Landesmuseum Württemberg, S. 38: HEKS, S. 40: bright light photography (Simons), Fotostudio T.W. Klein (Rodtmann), Saskia Uppenkamp (Hensel), epd-bild/Norbert Neetz (Schiller), Die Hoffotografen GmbH Berlin (Rosenbrock), Friedrun Reinhold Hamburg (Schepers), Dieter Schwer (Kostial), S. 41: Die Hoffotografen GmbH Berlin (Röhlig), Janna Frohnhaus (Schäfer), S. 50: Diemo Seiler, S. 56: AdobeStock©Sergey Nivens, S. 58: AdobeStock©Monkey Business, S. 59: Peter Maurer (Labaronne), Mallaun Photography, S. 60: Darren Baker@fotolia.com, S. 62: Johannes Schulz, S. 63: Martin Kimpel (Sievert-Heidemann), Guido Werner, S. 66: Dan Race@fotolia.com (oben), S. 70: Investmentpunk Academy GmbH, S. 72: Evangelische Hochschule Darmstadt, S. 76: obs/Giordano Bruno Stiftung/Evelin Frerk, Berlin (links), Sarah Kunath, S. 80: Photocase.com, S. 82: Stiftung Liebenau, S. 88: Maik Meid, S. 90: oza@fotolia, alle anderen PR / Archiv / privat

In Zusammenarbeit mit der
Fundraising Akademie

DON'T FALL OUT OF ALL CLOUDS!

Digitales Fundraising zieht an Ihnen vorbei? Unser Trend Guide 2017 hilft Ihnen, sich richtig aufzustellen: Schätzen Sie Ihre Organisation im Vergleich mit anderen ein und erhalten Sie nützliche Tipps, wie Sie die eigene Performance im digitalen Sektor optimieren können. Damit Sie nicht irgendwann aus allen Wolken fallen, können Sie sich Ihr Exemplar jetzt kostenlos herunterladen!

adfinitas-trendguide.de



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

adfinitas