Fundrajser magazin

Sozialmarketing, Spenden & Stiftungen Das Branchenmagazin für JAHRE **FUNDRAISER-MAGAZIN**



Menschen
Leserinnen und Leser,
Hermann Arnold,
Karl-Hans Kern
und Birgit Rubbert



Schöner scheitern

Aus Fehlern kann man lernen – dafür muss man sie nicht alle selbst machen: Neue Serie mit Selbstkritik.



fundraiser-magazin.de

Aktuelle Themen, Texte und Termine jederzeit und überall. Natürlich auch auf Facebook und Twitter!



GLEICHZEITIG!

DIE DATENBANKLÖSUNG

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

★ IHR VORTEIL

Höchste Performance durch neueste Technologie: gleichzeitiger Zugriff für alle ohne Wartezeit



FUNDRAISEPLUS



Liebe Leserin, lieber Leser,

zehn Jahre Fundraiser-Magazin – das sind 275 000 gedruckte Hefte, die zusammen das Gewicht von 15 ausgewachsenen Elefanten auf die Waage bringen würden. Das sind rund 22 Millionen Seiten mit Texten von mehr als 650 Autoren. Würde man alle bedruckten Seiten nebeneinander legen, reichte die Strecke ungefähr vom Verlag in Dresden bis zum Nordpol.

Im kostenlosen Online-Archiv auf *fundraiser-magazin.de* sind über 1000 Artikel abrufbar. Etwa 2000 Veranstaltungen erschienen bis jetzt im Fundraising-Kalender und mehr als 600 freie Stellen in unserer Jobbörse *fundraising-jobs.de*.



In dieser Ausgabe widmet sich unser Themenspecial dem Blick hinter die sprichwörtlichen Kulissen des Fundraiser-Magazins. Wir stellen die Menschen, die das Magazin machen, von ihrer privaten Seite vor und verraten, wie eigentlich die ganzen Wörter ins Heft kommen.

Zehn Jahre Fundraiser-Magazin – das steht auch für 39 regionale Fundraisingtage mit insgesamt über 6000 Teilnehmern, mehr als 14 000 Tassen Kaffee und etwa 9000 vernaschte Desserts. Die wertvollen Kontakte und guten Gespräche, für die unsere Fundraisingtage bekannt sind, lassen sich allerdings nicht in Zahlen aufrechnen.

Wir haben unsere Leserinnen und Leser um ihre Meinung gebeten: Woran denken sie gern, wenn sie sich an zehn Jahre Fundraising erinnern? Was schätzen sie am Fundraiser-Magazin und was wünschen sie sich für die nächsten zehn Jahre? Danke für all die vielen interessanten Antworten! Einen Teil davon können wir in diesem Heft veröffentlichen – alle haben wir uns zu Herzen genommen.

Viel Spaß bei der Jubiläums-Lektüre wünscht Ihnen Ihre

Davido Kinnes

Daniela Münster Chefredakteurin

PS: Einen häufigen Leser-Wunsch können wir in dieser Ausgabe bereits umsetzen: "Schreibt doch auch mal über die Dinge, die schiefgelaufen sind!". Unsere neue Serie "Schöner scheitern" finden Sie auf Seite 7.

direct o punkt



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 München

Gewerbering 12 86922 Eresing **T** 0 81 93/937 19-0 renn@directpunkt.de



Menschen

12 Hermann Arnold

Wer Macht und Einfluss hat, gibt das ungern auf. Das gilt nicht nur für Unternehmenslenker und Politiker – auch im Non-Profit-Sektor kleben viele am Chefposten. Für Hermann Arnold ist das ein



großer Fehler: Der IT-Manager ist zurückgetreten, seinen Nachfolger hat die Belegschaft gewählt. Unser Autor Peter Neitzsch sprach mit dem Schweizer Firmengründer darüber, warum wir mehr Rücktritte brauchen und demokratische Entscheidungen oft besser sind.

54 Karl-Hans Kern

Welche Chancen und Risiken birgt Corporate Social Responsibility für Fundraiser und gemeinnützige Organisationen? Karl-Hans Kern kennt die Antwort auf diese Frage aus seiner praktischen Arbeit. Im Inter-



view mit Paul Stadelhofer erklärt er, warum sowohl soziale Organisationen als auch Unternehmen Interesse an gesellschaftlicher Verantwortung haben sollten und wie er zwischen diesen zwei Welten vermittelt.

88 Birgit Rubbert

Sie ist eine der ersten Abonnentinnen des Fundraiser-Magazins und seit 2006 treue Leserin. Birgit Rubbert hat den Chamäleon Stralsund e.V. mit erdacht, einen psychosozialen Verein zur Beratung und Be-



treuung von HIV-positiven und drogenabhängigen Menschen. Beim Ausfüllen unseres Fragebogens verrät sie mehr über sich, ihre Träume und ihre Ziele.

▶ Thema



9 Das sagen unsere Leserinnen und Leser

Der persönliche Blick auf die Fundraising-Branche und deren Entwicklung in den vergangenen zehn Jahren. Plus: Individuelle Wünsche für die Zukunft der Fundraising-Szene und des Fundraiser-Magazins. Viele weitere interessante Meinungen finden Sie auf den Seiten 26, 32, 52, 64, 74, 82 und 87.

- 16 Zehn Jahre sind schnell rum ...
 Ein Blick in die Chronik des Fundraiser-Magazins
- 18 Die Menschen, die das Magazin machen
 Zweifellos brennen alle für das Thema Fundraising –
 und außerdem für vieles mehr
- Wie kommen die Wörter ins Magazin?
 Vom ersten Buchstaben bis zum gedruckten Heft so entsteht das Fundraiser-Magazin

Schöner Scheitern

7 Neue Serie: Wie sich aus Fehlern lernen lässt



Branche

50 Die Fundraising-Branche in Bewegung

Zehn Jahre Entwicklung: Neue Instrumente, neue Fachbereiche, neues Niveau

Rubriken

6 Spektrum

48 Branche

84 Fach- und Sachbücher

90 Vorschau + Impressum

40 Köpfe & Karrieren

68 Fundraising-Kalender

88 Fragebogen

90 Das Letzte

Den Bestellcoupon finden Sie diesmal online unter abo.fundraiser-magazin.de

42 Dienstleisterverzeichnis

70 Bildung



28 Čo je nové, čo je horúce?*

Aktuelle Fundraisingtrends in der Slowakei: *What's new, what's hot?

Projekte

36 Für Licht im Dunkel psychisch Erkrankter

Ein Bonner Verein zeigt, dass man auch ins Fundraising hineinwachsen kann

38 Gut gerüstet

Das Bonifatiuswerk setzt auf neue Software

Stiftung

78 Zukunft durch Wissenschaft

Wissenschaftsstiftungen spielen eine große Rolle für den menschlichen Fortschritt

80 Genug Kapital trotz Niedrigzinsen

Die Stiftung "Zukunft Spergau" blickt auch weiterhin positiv nach vorn

Praxis & Erfahrung

56 Die gute Sache richtig verkaufen

Wie Sie mit Präsentationen Geldgeber überzeugen



58 Die kleine Alma Mater

Fundraising für Schulen sollte auch die ehemaligen Schüler im Blick haben

60 Gemeinsame Standards

Globale Herausforderungen verlangen von NGOs globale Verantwortung

62 Darf's ein bisschen mehr sein?

Crowdfunding lebt auch von der richtigen Belohnungsstrategie

Autoren dieser Ausgabe

Peter Christiansen | Matthias Daberstiel | Wendy Dessler | Katja Flock | Uwe Flohr Christian Gahrmann | Eduard Marček | Wolfgang Mayer | Daniela Münster Peter Neitzsch | Ute Nitzsche | Pia Rast | Karenina Schröder | Rico Stehfest Astrid von Soosten

Meinungen zum Thema "no Jahre Fundraiser-Magazin" lesen Sie von: Eva E. Aldrich, M.A. | Ingrid Alken Baldwin Bakker | Timo Becker | Thomas Becker | Axel Biethahn | Christoph Bitter | Cornelia Blömer | Danielle Böhle | Klas Brokmann | Peter Buss | Barbara Crole-Rees | Vivian Dadamio | Paul Dalby | Katja Deckert Wiebke Doktor | Kai Dörfner | Dr. Irmgard Ehlers | Dr. Kai Fischer | Lars Flottmann | Jörn Föhlau | Eva Fuchs-Mischkulnig | Becky Ann Gilbert | Reinhard Greulich | Dr. Marita Haibach | Saskia Himperich | Jona Hölderle | Dr. Helmut Hütter | Britta Janssen | Gregor Jungheim | Marion Junker | Adina Kindler | Katrin Kowark | Dr. Juliane Kronen | Christian Lang | Christine Lindemann | Dr. Günther Lutschinger | Maik Meid Usha Menon | Holger Menze | Harald Meurer | Dr. Christoph Müllerleile | Mira Nagel | Nina Neef | Tom Neukirchen | Ulrike Philipp | Katja Prescher | Anja Raubinger | Nico Reis | Eberhard Renn | Barbara Renner Alexandra Ripken | Andreas Schiemenz | Helga Schneider | Prof. Dr. Georg von Schnurbein | Alexandra Sievert-Heidemann | Ben Spiekermann | Peter Steinmayer | Henriette Stemmler-Benz | Birgit Stumpf | Steve Thomas Tyark Thumann, M.A. | Alexander Thurow | Roger Tinner | Michael Türk | Jürg Unterweger | Prof. Dr. Michael Urselmann | Maunoury Vincent | Dr. Martin Vogelsang | Dorothee Vogt | Doris Voll | Gerhard Wallmeyer Thomas Walther | Monika Willich | Olaf Zerell



Kennen Sie uns schon?



Kreation

Corporate Design Layout Anzeigen Flyer Broschüren



Produktion

Datenerstellung Druck Personalisierung Lettershop Postversand Fulfillment



Print- und Außenwerbung

Anzeigen Großflächen Citylights Öffentlichkeitsarbeit



Internet

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

Erfolgreiche Ansprache mit System

van Acken

Profi in Sachen Druckerei und Verlag

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

Von der ersten Idee, über den Druck, bis zur Postauflieferung – alles aus einer Hand. Kurze Wege und eine hohe Qualität.

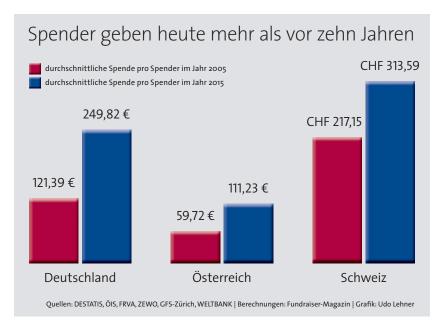
van Acken – mehr als nur eine Druckerei. Druckerei und Verlag, professionelles Fundraising, Direktmarketing.

Lernen Sie unsere "Köpfe" 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

Die Schweizer sind am spendenfreudigsten. Die Deutschen und Österreicher holen aber auf.



Ein Länder-Vergleich in der Spendenstatistik hinkt immer, da amtliche Zahlen rar sind und die Erhebungspraxis unterschiedlich. So werden zum Beispiel von der ZEWO in der Schweiz auch Zuwendungen von Gemeinden und Stiftungen dazugerechnet. In der Statistik des deutschen Fiskus tauchen dagegen nur Spenden von Privatpersonen auf. Befragungen zum Anteil der Spender in der Bevölkerung gibt es aber in allen drei Ländern. Die Spendenbereitschaft liegt bei den Nachbarn jenseits der Alpen höher. 67 Prozent der Schweizer und 62 Prozent der Österreicher geben an, im letzten Jahr gespendet zu haben. In Deutschland ist es nicht mal jeder Zweite. Die Grafik zeigt, dass die Höhe der Spenden pro Spender im letzten Jahrzehnt stark gestiegen ist. Während sich das Spendenvolumen in Deutschland und Österreich verdoppelt hat, wächst es in der Schweiz langsamer, dafür auf deutlich höherem Niveau.

Mit etwas Glück...



"Quo vadis Kulturmarkt" lautet das Motto des **8. KulturInvest-Kongresses**, der am 3. und 4. November erneut in den Räumen des "Tagesspiegel" in Berlin stattfindet. Auf ganzen zehn Themenfeldern bieten 85 Referenten und Moderatoren Trends auf dem europäischen Kulturmarkt und reflektieren neue Modelle des Zusammenwirkens von Kultur und Wirtschaft sowie öffentlicher Hand und Medien. Das Fundraiser-Magazin verlost für den Kongress zweimal eine Freikarte. Wer dabei sein möchte, muss nur

folgende Frage korrekt beantworten: Wann fand der erste Fundraisingtag Berlin-Brandenburg statt? A) 2001, B) 2004 oder C) 2006? Einfach bis zum 30. September eine E-Mail an *qewinnen@fundraiser-maqazin.de*. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

www.kulturinvest.de

MEINE MEINUNG

"Es gibt nicht zweierlei Maß beim Spenden"

Ein Kommentar von MATTHIAS DABERSTIEL



In keiner Sportart wird so oft über Geld gesprochen wie im Fußball. Die aktuelle Bundesligasaison strotzt vor horrenden

Ablösesummen und Spielergehältern. Und 67 Prozent der Deutschen sind sich nach einer Forsa-Umfrage einig: Die verdienen zu viel. Allerdings gibt es seit einigen Jahren noch einen zweiten Trend: Mertesacker, Kahn, Lahm, Podolski und Co. haben Stiftungen gegründet und unterstützen gemeinnützige Zwecke. Doch vielen reicht das nicht. Da wird fröhlich drauflos spekuliert, dass die Stiftung viel besser ausgestattet sein könnte, die Fußballer ja viel mehr verdienen und deshalb viel mehr abgeben müssten. Und natürlich gefolgt von dem Argument, damit würde ja nur das Image des Sportlers aufgewertet. Reicht Gutes tun heute nicht mehr?

Der Anspruch, der da postuliert wird, ist einfach gar nicht zu erfüllen. Egal, was die Sportler machen, es wird negativ gesehen. Und das beschädigt das Spenden als Ganzes, weil es selbst ehrliches Bemühen als berechnend darstellt. Ich finde das zu oberflächlich, sogar fahrlässig. Die Seite fussball-stiftet-zukunft.de listet momentan zwölf aktive Stiftungen von Fußballern. Wenn überhaupt müsste doch die Frage erlaubt sein: Warum nur zwölf? Warum wird stattdessen auf denen herumgehackt, die etwas zurückgeben wollen? Die also ihre Prominenz für den guten Zweck einbringen? Es gibt nicht zweierlei Maß beim Spenden. Entweder man gibt oder man lässt es. Eine Spende ist erstmal positiv.

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

Schöner scheitern: Zielgruppe außer Sicht

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

Es hätte schön sein können. Seit Jahren beteiligt sich die Kinder- und Jugendorganisation am großen Stadtfest und belebt es mit einem bunten Programm für Familien. Eine hervorragende Gelegenheit, sich öffentlich zu präsentieren und die Hauptzielgruppe des Vereins, Familien mit Kindern, anzusprechen. Ziel sollte es nun sein, diese Präsenz auch mit Spenden zu verbinden und Adressen von potenziellen Förderern zu erhalten. Die Idee war ein Gewinnspiel: Ein großes Glas wurde gut sichtbar aufgestellt, in das die Besucher des Stadtfestes 50 Cent



einwerfen und abschätzen sollten, wie viel sich nach dem zweitägigen Event wohl im Glas befinden wird. Wer am besten schätzt, hat nicht nur etwas für den guten Zweck getan, sondern gewinnt den Hauptpreis: ein Auto für ein Wochenende.

Schnell waren T-Shirts für Ehrenamtliche besorgt und Flyer gedruckt, die auf die Aktion beim Stadtfest aufmerksam machten, der Info-Stand war besetzt, eine bekannte deutsche Automarke als Sponsor gewonnen. Doch das Ergebnis war ernüchternd: Trotz des Aufwandes war das Spendenglas eher leer geblieben – und das in aller Öffentlichkeit! Der Grund stand gleich daneben. Ein sportliches Coupé mit viel PS, zwei Sitzen und kleinem Kofferraum. Da hatte es der Autohändler mit seinem Preis richtig gut gemeint. Die Zielgruppe war dabei jedoch völlig außer Sicht geraten. Für junge Fahranfänger und Männer war der Wagen ein Highlight. In den Familien führte es sogar zu Streit mit den Ehefrauen: "Da denkst du ja nur an dich, und was ist mit mir und den Kindern?" Die Beteiligung an der Aktion floppte. Schade, das nächste Mal lieber eine PS-starke Familienkutsche mit Kindersitzen!

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

Dialogpost

Die Deutsche Post geht auf Kritik von NPOs ein und passt ihre Produkte an

Wie der Deutsche Fundraising Verband mitteilt, hat die Deutsche Post ihr Produkt "Dialogpost" nach starker Kritik angepasst. Die "Dialogpost" war erst Anfang 2016 aus der altbewährten Infopost hervorgegangen, mit der die meisten Non-Profit-Organisationen ihre Spendenbriefe befördern. Wie in der letzten Ausgabe des Fundraiser-Magazins berichtet, ärgerten sich die Organisationen besonders über die gestiegenen Kosten und die Veränderung bei den Einlieferungs- und Laufzeiten. So versandte die Post Briefe erst mit einer Woche Verzögerung. Eine punktgenaue Anlieferung von Spendenbriefen war so nicht mehr möglich. Zum 1. September 2016 passte die Deutsche Post die Einlieferungs- und Laufzeiten nun an und geht auf die Einlieferungszeit plus vier Arbeitstage (E+4) zurück. Eine Montagseinlieferung und eine Samstagzustellung sind auch wieder möglich. Ebenfalls neu ab 1.9.2016 ist die "Dialogpost Schnelle Zustellung" mit einer Mindestmenge von 4000 Stück und einem Preisaufschlag von 3 Cent pro Standardbrief und 5 Cent pro Großbrief. Die Post garantiert dafür die Zustellung in drei Werktagen (E+3). Das Produkt "Dialogpost Easy" erlaubt zudem auch kleinere Stückzahlen.

www.dialogpost.de



Deutscher Engagementpreis 2016



Mehr als 600 Ausrichter von Preisen für freiwilliges Engagement haben ihre erstplatzierten Preisträger ins Rennen um den Deutschen Engagementpreis geschickt. Über 900 nominierte Personen und Initiativen stehen nun im Wettstreit um den Gewinn in einer der fünf jeweils mit 5000 Euro dotierten Kategorien: Chancen schaffen, Grenzen überwinden, Leben bewahren, Generationen verbinden und Demokratie stärken. Bis 31. Oktober wird per Online-Voting der Gewinner des Publikumspreises ermittelt, dem 10 000 Euro winken.

▶ www.deutscher-engagementpreis.de

Soziallotterie

Eine weitere Soziallotterie belebt seit Kurzem den deutschen Markt. Die Erlöse der Postcode Lotterie gehen zu 30 Prozent an gemeinnützige lokale und regionale Projekte in den jeweiligen Bundesländern in diversen Bereichen wie Bildung, sozialer Zusammenhalt, Menschenrechte sowie Tier- und Naturschutz. Ein unabhängiger Beirat unter Vorsitz der ehemaligen Bundestagspräsidentin Rita Süssmuth entscheidet über die Auswahl der Förderprojekte. So wird beispielsweise der WWF in Baden-Württemberg bei der Wiederansiedlung des Eurasischen Luchses unterstützt. Das Monats-Abo ist für 12,50 Euro zu haben.

▶ www.postcode-lotterie.de

Drei Fragen an ... Dr. Thomas Kreuzer

Die Fundraising-Akademie begrüßt die Akademisierung in der Fundraising-Ausbildung

Herr Dr. Kreuzer, das Fundraiser-Magazin feiert Jubiläum. Hätten Sie das beim Start im September 2006 erwartet?

Das Fundraiser-Magazin hat damals wie heute eine Lücke geschlossen. Neben den Publikationen von Verband und Akademie brauchte es ein weiteres Medium, das Trends aufnimmt, Agenda-Setting betreibt und Innovationen mit vorantreibt. Dafür steht das Fundraiser-Magazin. Und das auf einem herausragenden Niveau. Vor allem aber haben wir noch immer zu wenig Plattformen für Debatten; und auch diesen Part gestaltet das Magazin immer stärker mit. Der Erfolg zeigt: Wir brauchen Euch!

Wie hat sich die Aus- und Weiterbildung im Fundraising in diesen zehn Jahren entwickelt?

Der Markt hat sich ausdifferenziert. Die Themen haben sich vervielfältigt. Heute sehen

Dr. Thomas Kreuzer ...



... leitet seit 1998 die Fundraising-Akademie in Frankfurt. Mit dem Masterstudiengang Fundraising setzt er einen neuen Standard

wir stärker als vor zehn Jahren, wie sehr das Fundraising angewiesen ist auf die Themenfelder Philanthropie, CSR, Stiftungswesen, Management und Leadership. Heute geht es darum, Anschluss zu finden an angrenzende Disziplinen und neue Impulse systematisch ins Fundraising reinzuholen. Das ist dann der nächste qualitative Sprung.

Was kann Ihr neuer Studiengang für die Fundraisingszene beitragen?

Es gab und gibt ja längst einzelne ausgewiesene Monografien und vor allem mehrere Kollegen,

die wissenschaftlich das Feld bearbeiten. Aber auch hier habe ich den Eindruck, dass wir recht einseitig vorgegangen sind. Kai Fischer hat mit seiner Veröffentlichung ("Warum Menschen spenden", d.R.) neue Maßstäbe gesetzt, weil er von vornherein einen interdisziplinären Ansatz gewählt hat. Der Masterstudiengang, den wir gemeinsam mit der Hochschule Ludwigshafen und der Management-Akademie Heidelberg durchführen, zielt auf eine bessere Praxis aufgrund wissenschaftlicher Arbeit. Das ist ambitioniert, ja. Das Neue des Studiengangs "Fundraising-Management und Philanthropie" besteht darin, dass wir neben den betriebswirtschaftlichen Ansätzen konsequent Forschungen aus den Geistes- und Gesellschaftswissenschaften ins Curriculum einfließen lassen. Mit dem Begriff der Philanthropie reflektieren wir bewusst auf die Geberorientierung. Das ist vielleicht der wichtigste Paradigmenwechsel für die kommenden Jahre.

www.fundraisingakademie.de



Das sagen unsere Leserinnen und Leser ...

Menschen geben Menschen



Die Veränderungen sind gewaltig – das war ja noch die "Steinzeit" vor zehn Jahren! Aber: Menschen geben Menschen, ob digital oder per snail mail.

Im Fundraiser-Magazin wünsche ich mir auch weiterhin Praxisberichte, Praxisberichte, Praxisberichte und Tendenzen. Übrigens lese ich zuerst immer die Glosse ganz am Ende.

Barbara Crole-Rees Fundraiserin Lausanne, Schweiz

Noch mehr Artikel, die Mut machen

Ich lese das Fundraiser-Magazin grundsätzlich komplett durch, ist es doch "das" Magazin der Branche. Besonders beeindruckt bin ich allerdings stets von den Beiträgen, die unter "Menschen" zu finden sind, zeigen diese doch besonders deutlich, wie das Fundraising von den unterschiedlichsten Charakteren gestaltet, verwaltet und geprägt wird.



Wenn ich an die letzten zehn Jahre zurückdenke, fällt mir ein Telefonat mit einem Fundraiser ein, der über das Fundraiser-Magazin auf unsere Produkte aufmerksam wurde und überlegt hat, ob er sich zehn Spendenhäuser à 34,99 Euro überhaupt leisten möchte. Er war sich nicht sicher, ob er damit wirklich Erfolg haben würde. Fünf Monate später rief er mich noch einmal an und war überglücklich, die zehn

Spendenboxen damals doch gekauft zu haben. Er hatte über 7000 Euro damit gesammelt – eine große Summe für einen kleinen Verein! Nun überlegt er gerade, 100 Boxen anzuschaffen ... Da ich selbst viele Jahre im Fundraising tätig war, freut mich ein solches Ergebnis natürlich ganz besonders, weil ich weiß, wie schön und erfüllend es ist, für eine gute Sache viel zu erreichen. In den nächsten zehn Jahren wünsche ich mir noch mehr Artikel, die Mut machen, sich im Bereich Fundraising zu engagieren. Es gibt so viele Menschen, die als Quereinsteiger in die Fundraising-Abteilungen der verschiedensten Stiftungen und Vereine kamen und durch ihre Erfahrungen aus anderen Geschäftsfeldern neue Impulse und interessante Herangehensweisen mitgebracht haben. Das begeistert mich immer wieder!

Barbara Renner

Leitung Marketing Schöner Spenden, Gauting bei München

Freiheit und geistiger Austausch



Früher waren viele FundraiserInnen recht verschlossen, hatten teilweise ein "Sprechverbot" seitens ihrer Vorstände. Inzwischen gibt es viel mehr Freiheit und geistigen Austausch. Das ist wunderbar. Und so ein Fundraiser-Magazin hilft da viel. Als erstes stöbere ich nach Meldungen und Nachrichten aus den Vereinen und Verbänden. Gerne würde ich im Fundraiser-

Magazin auch über Erkenntnisse und Forschung aus dem kommerziellen Bereich lesen. Das kann manchmal sehr hilfreich sein.

Gerhard Wallmeyer

Bereichsleiter Fundraising Greenpeace e.V., Hamburg

Der Nachwuchs ist der Hammer

Zuerst lese ich im Fundraiser-Magazin die Rubrik Köpfe und Karrieren. Man will natürlich wissen, was die Kollegen so tun. Es ist spannend zu lesen, wohin es die Menschen treibt, welche Karrierestufen oder Schleifen genommen werden



Wenn ich auf die Fundraising-"Szene" in den letzten zehn Jahren zurückblicke, muss ich sagen: Die jungen Leute, der Nachwuchs sind der Hammer. So viel Inspiration und Kreativität, Power und Leidenschaft! Und jetzt endlich geht ein "richtiges" Großspenderfundraising los, mit Spenderakquise und Gebergesprächen.

Was ich mir vom Fundraiser-Magazin wünsche? Einfach so bleiben. Ich finde die Aufteilung zwischen Menschen und Bildung, Projekten großartig. Ganz besonders gefallen mir die Beiträge aus der Praxis. Hier wünsche ich mir allerdings von den Autorinnen und Autoren mehr selbstkritische Töne und ein offener Umgang mit den gemachten Fehlern.

Andreas Schiemenz

Leiter Philanthropie & Stiftungen HSH Nordbank AG, Hamburg





GOLDWIND – Spenderkommunikation aus psychologischer Sicht Beratung • Spenderbefragungen • Seminare www.goldwind-bewirken.de

Einer geht noch!

Die Kulturstiftung des Bundes lobt im Rahmen ihres "Fonds Neue Länder" erneut den "Call for Members" aus. Dieser Wettbewerb fordert Kunst- und Kulturvereine in Brandenburg, Thüringen, Sachsen, Sachsen-Anhalt und



Mecklenburg-Vorpommern dazu auf, neue Mitglieder zu gewinnen und so ihre Basis zu stärken. Der Anmeldezeitraum läuft bis 31. Oktober, der Wettbewerb selbst vom 1.12.2016 bis 15.6.2017. Vereine, die erfolg-

reich neue Mitglieder werben, können bis zu 5000 Euro gewinnen. Wer sich zusammentut, kann einen Kooperationspreis von bis zu 15000 Euro einstecken.

▶ www.callformembers.de

Hochschul-Fundraising-Preis 2017

Der Deutsche Hochschulverband vergibt zum zweiten Mal den Deutschen Hochschulfundraisingpreis. Mit der Auszeichnung sollen Best-Practice-Beispiele für herausragende Leistungen im Bereich des Hochschulfundraisings prämiert werden. Bewerben können sich staatliche und staatlich anerkannte Hochschulen



sowie Universitätskliniken in Deutschland. Einzureichen sind Kampagnen ab einem Fördervolumen von 250 000 Euro pro Jahr zur nachhaltigen Finanzierung eines Förderprojektes, zum Beispiel Lehrstuhl, Professur, Institut, Berufungsfonds. Die Auszeichnung ist mit einem Preisgeld in Höhe von 5000 Euro verbunden. Bewerbungsschluss ist der 16. Januar 2017.

▶ www.hochschulverband.de

ADVERTORIAL —

Experten für ein erfolgreiches Kirchenfundraising

Das Fundraising der katholischen Kirche hat sich in den letzten Jahren deutlich professionalisiert. Mit fundraising-katholisch.de wollen Experten aus zwölf deutschen Bistümern ihre Angebote noch bekannter machen.

Trotz der enormen Tradition des Spendens in den katholischen Kirchgemeinden tun sich einige Bistümer immer noch schwer mit dem Thema Fundraising. "Das hat sich aber in den letzten 20 Jahren auch positiv verändert", findet Udo Schnieders, der die Stabstelle Fundraising beim Erzbistum Freiburg leitet. Trotzdem bleibt seiner Meinung nach noch viel zu tun. "Mit unserer Nähe zu den Menschen, dem Wissen um ihre Sorgen und Hoffnungen können wir in unserer schnelllebigen Zeit punkten, aber wir müssen uns auch an neue Trends anpassen und noch professioneller werden."



Das neue Portal fundraising-katholisch.de ist selbstverständlich auch unterwegs nutzbar, denn es ist für mobile Endgeräte optimiert. Helfen soll dabei das Expertennetzwerk von fundraising-katholisch.de. Hinter der Website stehen zwölf deutsche Bistümer und viel praktische Erfahrung. "Wir möchten mit diesem Angebot Anlaufpunkt für Hauptamtliche, aber auch für Ehrenamtliche sein, die sich mit dem Gedanken tragen, Projekte in ihren Gemeinden mit Hilfe von Spenden zu realisieren, und das große Potenzial der Katholischen Kirche wecken", verdeutlicht Klaus Heil, Leiter des Fundraisingbüros des Bistums Hildesheim. Sie suchen einen Experten für katholisches Fundraising? Hier werden Sie fündig: www.fundraising-katholisch.de

Treffen Sie die Experten für katholisches Fundraising persönlich auf der "faith + funds" Fachtagung Fundraising für Kirche, Caritas und Diakonie am 21. und 22. September 2016 in Ludwigshafen.



Kurzgefasst...

Neuer Fördermittelführer

Am 15. November erscheint die neue Ausgabe des Fördermittelführers für die Jahre 2017/2018. Das Buch ist um eine Vielzahl an Finanzierungsquellen erweitert worden, unter anderem durch den Europäischen Sozialfond. Wer das Buch bis zum 14. November bestellt, bekommt es zum Subskriptionspreis von 58 Euro und spart so 10 Euro gegenüber dem Ladenpreis.

www.foerder-lotse.de

DFK: Early Bird und Frühbucher

Die Preiskategorien für den Deutschen Fundraisingkongress sind weiter differenziert worden. Noch bis 19. September gilt der Early Bird mit 950 Euro (775 Euro für Verbandsmitglieder). Der Frühbuchertarif endet am 30. November und liegt bei 975 Euro (815 Euro für Verbandsmitglieder). Dabei ist jeweils das komplette Programm inklusive.

www.fundraising-kongress.de

"ANKOMMER. Perspektive Deutschland"

Das 2015 gestartete Stipendienprogramm "ANKOMMER. Perspektive Deutschland" der KfW Stiftung und der Social Impact gGmbH geht in eine neue Ausschreibungsrunde. Angesprochen sind (sozial)unternehmerisch und gemeinnützig engagierte Menschen, die mit ihren Start-ups geflüchtete Menschen in Ausbildung und Arbeit bringen. Bewerbungsschluss ist der 3. Oktober.

www.ankommer.eu

Islam in Österreich

Die Menschenrechtsorganisation SOS Mitmensch hat eine Fragen- und Antworten-Webseite zu Muslimen und Islam in Österreich erstellt. Auf der Webseite werden 30 häufig gestellte Fragen behandelt: von der Geschichte der Muslime in Österreich über die Aussagekraft einzelner Koranzitate bis hin zur Frage, warum sich gerade bezüglich des Tragens von Kopftüchern immer wieder emotionale Debatten entzünden.

www.sosmitmensch.at

Fundraising in Krankenhäusern

Eine neue Studie des Deutschen Fundraisingverbands zum Fundraising in Krankenhäusern zeigt ein klares Erfolgsmodell: Mehr als 60 Prozent aller deutschen Kliniken betreiben bereits Fundraising; der durchschnittliche ROI liegt bei 4:1. Die Höhe der Einnahmen pegelt sich durchschnittlich bei 500 000 Euro ein, Tendenz steigend.

www.fundraisingverband.de

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!



POTSDAM, 29. SEPTEMBER 2016

MÜNCHEN, 9. MÄRZ 2017

GELSENKIRCHEN, 30. MÄRZ 2017

DRESDEN, SEPTEMBER 2017

INFORMATIONEN UND ANMELDUNG

www.fundraisingtage.de





"Wir brauchen agile Führung"

Warum ein
Manager seine
Mitarbeiter
jetzt selbst
entscheiden lässt



Wer Macht und Einfluss hat, gibt das ungern auf. Das gilt nicht nur für Unternehmenslenker und Politiker – auch im Non-Profit-Sektor kleben viele am Chefposten. Für Hermann Arnold ist das ein großer Fehler: Der IT-Manager ist zurückgetreten, seinen Nachfolger hat die Belegschaft gewählt. Unser Autor Peter Neitzsch sprach mit dem Schweizer Firmengründer darüber, warum wir mehr Rücktritte brauchen und demokratische Entscheidungen oft besser sind.

Herr Arnold, Sie sind 2013 als CEO bei der Software-Firma Haufe-umantis zurückgetreten. Bereuen Sie diesen Schritt gelegentlich?

Nein, ich bereue diesen Schritt nicht. Ich habe eine Entscheidung getroffen, damit kann ich leben. Es gibt allerdings auch Momente, in denen das schwierig ist. Als wir zum Beispiel unseren Geschäftspartnern mitteilten, dass Marc Stoffel mein Nachfolger wird, verschob sich der Fokus sofort auf ihn. Der Verlust von Einfluss geht also sehr schnell.

Ähnliches berichten auch Politiker, die aus einem wichtigen Amt scheiden.

Ein politisches Amt ist oft nur auf eine bestimmte Zeit begrenzt – beim US-Präsidenten sind es etwa zwei Legislaturperioden. Ist diese Zeit vorbei, hat niemand das Gefühl, er sei ein Loser: Auch Obama wird weiterhin mit Mister President angeredet werden. Tritt dagegen die deutsche Kanzlerin zurück, wird ihr das als Zeichen von Schwäche ausgelegt, erst recht, wenn sie abgewählt wird. Das verhindert die reibungslose Übergabe von Führuna.

Das Spitzenpersonal turnusmäßig auswechseln – wäre das auch ein Modell für Unternehmen und Non-Profit-Organisationen?

Auch Firmen brauchen Lösungen für dieses Problem. Entsprechende Ansätze gibt es in vielen Organisationen – etwa eine Altersbeschränkung oder eine zeitliche Begrenzung des Amtes. Ich finde pauschale Lösungen immer schwierig, stattdessen braucht es agile Führung. Vom Auto bis zur Wohnung hat die "shared economy" alle Lebensbereiche ergriffen. Das Einzige, was wir nicht teilen, ist Führung. Da soll immer einer alles machen: innovativ und visionär sein, die Firma nach außen präsentieren und nach innen strukturieren. Das lässt sich besser auf mehreren Schultern verteilen.

Einem Rücktritt haftet ja auch immer der gesellschaftliche Makel des Scheiterns an. Brauchen wir eine neue Rücktrittskultur?

Wenn ein Unternehmen sagen würde: Du kannst bei uns nur Karriere machen, wenn

"Mehrheits-Entscheidungen führen nicht zur Blockade, denn es gibt niemanden mit einer Veto-Position."

du in deiner Laufbahn mindestens zweimal zurücktrittst. Dann bin ich überzeugt: Jeder würde das tun – völlig ohne Gesichtsverlust. Derzeit ist ein Positionsverlust immer noch eine öffentliche Demütigung, dabei sollte es etwas ganz Normales sein.

Sie sind nicht nur zurückgetreten, Ihr Nachfolger wurde auch von den Mitarbeitern gewählt.

Nicht nur das. Nachdem Marc Stoffel zu meinem Nachfolger gewählt wurde, haben verschiedene Führungskräfte gesagt: Wir wollen auch gewählt werden. Auf diese Idee sind wir gar nicht gekommen. Da haben sich Menschen für Positionen zur Wahl gestellt, die sie bereits hatten. Offensichtlich haben alle erkannt, dass die Wahl für sie einen Vorteil hat.

Was hat ein Chef davon, sich wählen zu lassen?

Mit der Demokratie gehen auch Pflichten für Mitarbeiter einher: Ich darf eben nicht nur das Kreuzchen für meinen künftigen Chef machen, sondern bin auch für diese Wahl verantwortlich. Was passiert denn normalerweise, wenn ich mit einem Kollegen unzufrieden bin? Erstens rege ich mich über den Kollegen auf und zweitens über den Chef, der nichts unternimmt. Aber ich selbst bin fein raus. Wir delegieren unangenehme Aufgaben nach oben, statt einfach mal mit dem Kollegen zu reden. Wer mitbestimmen darf, übernimmt dagegen auch Verantwortung. Deshalb beziehen wir unsere Mitarbeiter bei allen wichtigen Entscheidungen ein.

Worauf kommt es bei Wahlen im Betrieb an?

Da kann man vieles falsch machen. Als das erste Mal eine Führungskraft abgewählt wurde, war das menschlich sehr schwierig, vor allem weil wir den Prozess nicht richtig gestaltet haben. Der erste Fehler war, dass die Person erst ein halbes Jahr im Amt war und das auch noch in einer sehr schwierigen Phase. Außerdem war der Wahlzettel zugleich ein Feedbackbogen. Die Mitarbeiter nutzten das Kommentarfeld dann, um ihre Wahl zu begründen. Das führte zu einem verheerenden Feedback, das die abgewählte Führungskraft schwer getroffen hat.

Welche Rolle spielt der Chef noch, wenn die Mitarbeiter alles selbst entscheiden?

Demokratie ist nicht führungslos, sie braucht starke Führung. Aber die Leitung funktioniert anders: Führungskräfte können nicht mehr einfach befehlen und so tun, als seien sie Napoleon oder Steve Jobs. Als Chef muss ich vielmehr darauf achten, meine Mitarbeiter mitzunehmen. Das ist im Grunde in jedem anderen Unternehmen auch so: Wenn der Chef komische Anweisungen gibt, folgen die Mitarbeiter nicht. Aber in einem ...

... demokratischen Unternehmen können alle gemeinsam korrigierend eingreifen.

In sogenannten agilen Teams entscheiden die Mitarbeiter selbst, welche Aufgaben sie als nächstes bearbeiten. Kann das auf Dauer gut gehen?

Selbstorganisation in Unternehmen funktioniert, wenn der Rahmen dafür stimmt. Wie im Straßenverkehr braucht es klare Regeln, damit nicht jedes Mal neu ausgehandelt werden muss, wer Vorfahrt hat. Das wäre total ineffizient. Genauso benötigt Selbstorganisation eine Infrastruktur – in unserem Beispiel Straßen, Ampeln und Verkehrsschilder. Schließlich müssen Mitarbeiter die Kompetenzen erwerben: Auch Verkehrsteilnehmer brauchen einen Führerschein. Wenn diese drei Dimensionen – Organisation, Kompetenzerwerb und Infrastruktur – aufeinander abgestimmt sind, funktioniert Selbstorganisation sehr gut.

Besteht dabei nicht die Gefahr, dass wichtige Entscheidungen verschleppt werden?

Mehrheitsentscheidungen führen nicht zur Blockade, denn es gibt niemanden mit einer Veto-Position. Verlierer können gesichtswahrend aus einem Konflikt herausgehen. Ich habe auch schon Abstimmungen erlebt, bei denen ich unterlegen war und hinterher feststellen musste, dass die richtige Entscheidung getroffen wurde. Das ist eine lehrreiche Erfahrung. Auch die Umsetzung der Entscheidung ist viel effizienter, weil sie von allen getragen wird.

Mit demokratischen Entscheidungen können alle leben. Aber werden auch unangenehme Entscheidungen getroffen?

Unserer Erfahrung nach: ja. Ein Beispiel: Als unser Unternehmen erst zwei, drei Jahre alt war und etwa 40 Mitarbeiter hatte, war ich Geschäftsführer. Damals schrieben wir noch für jeden Kunden eine individuelle Software. Aber für unser Geschäftsmodell war es wichtig, frühzeitig auf eine Standardsoftware umzustellen. Das habe ich in seiner Dringlichkeit so nicht gesehen. Dafür brauchte es erst eine kleine Revolte meiner



Fasziniert auch als Redner: Hermann Arnold, Mitgründer der Haufe-umantis AG

Mitarbeiter, die mir vor Augen führten, dass wir unser System dringend umstellen müssen – und zwar sofort. Der Prozess hätte uns fast das Genick gebrochen. Hätten wir es aber nicht angepackt, würde es uns heute nicht mehr geben.

Gewählte Chefs und agile Teams – ist das auch für Non-Profit-Organisationen sinnvoll?

Bei gemeinnützigen Organisationen ist das bereits heute vielfach der Fall. Dort übernehmen Menschen häufig nur für einen begrenzten Zeitraum Führungsverantwortung. Allerdings gibt es auch dort oft Schwierigkeiten zwischen einfachen Mitgliedern und dem Vorstand. Einerseits ist ja jeder froh, dass einer die Arbeit macht. Andererseits weiß man natürlich auch immer, wie es besser gehen würde. Umgekehrt reagiert der Vorstand oft allergisch auf Kritik – das ist dasselbe wie bei Chefs im Unternehmen. Freiwilligen-Organisationen sind aber noch viel mehr darauf angewiesen, dass alle mitziehen. Dabei können agile Strukturen helfen.

Gab es für Sie auch private Gründe kürzerzutreten?

Für mich ging es in erster Linie um den Firmenerfolg. Ich hatte gesehen, dass für die nächste Phase der Unternehmensentwicklung ein anderer besser geeignet war als ich. Trotzdem habe ich mir dann drei Monate Auszeit genommen. Einfach um meinem Nachfolger die Möglichkeit zu geben, seine Aufgabe ohne meinen Schatten anzugehen. Diese Zeit habe ich natürlich auch persönlich genutzt, ich habe Freunde besucht, Indien bereist und bei einem Start-up mitgearbeitet, um mal wieder dieses Gründergefühl zu spüren. Heute arbeite ich nicht weniger als früher, aber ich kann mich wieder auf Dinge konzentrieren, die mir Spaß machen.



Literaturtipp:
Hermann Arnold:
Wir sind Chef.
Wie eine unsichtbare
Revolution Unternehmen verändert.
Haufe Fachbuch. 2016.
336 Seiten. ISBN: 978-3648-08205-8. [D] 24,95 €,
[A] 25,70 €, CHF 34,85.



IHR PARTNER IM ONLINE FUNDRAISING UND DAS SCHON SEIT 1999





WIR SIND FÜR SIE DA

1999 gründeten wir für Sie mit HelpDirect.org das erste deutsche Spendenportal - und waren damit die ersten in Deutschland, die Online Fundraising professionalisierten. In den darauf folgenden Jahren entwickelten wir immer wieder neue innovative HelpTools für Sie. So z. B. unsere kostenlosen Spendenformulare, die bereits von über 4.500 gemeinnützigen Vereinen genutzt wurden. Oder das HelpCard-System, mit dem wir Spenden im 7-stelligen Bereich vermitteln konnten und die heute in über 650 Kaufland-Filialen stehen. Für unsere zum größten Teil ehrenamtliche Arbeit erhielten wir viele intern. Auszeichnungen, 2012 von Bundespräsident Gauck das Bundesverdienstkreuz.



2016 haben wir für Sie HelpMundo gegründet. Hier bündeln wir neben HelpDirect zukünftig alle HelpTools für Ihr Online Fundraising:

Kostenlose Spendenformulare

Individualisierbar, Responsive, alle wichtigen Zahlungsarten, Facebook-App, Zertifikate, etc.

HelpGoods

Individualisierbarer Shop für Hilfsgüter-Spenden zur Integration in Ihre Website.

HelpShops

Die neue Form des Charity Shopping. Mit Spendenquittungen für Ihre Spender. Voll individualisierbar für Ihre eigene Website.

Nutzen Sie unsere innovativen HelpTools und steigern damit Ihr Spendenvolumen! Mehr Informationen finden Sie unter www.HelpMundo.de



Zehn Jahre sind schnell rum ... ein Blick in

2006

Gründung des Magazins.

Das erste Interview wurde mit Dr. Friedrich

Haunert geführt, die ersten Anzeigen schalteten die Fundraising-Akademie und Enterbrain, den ersten Fragebogen füllte Winfried Ripp von der Bürgerstiftung Dresden aus.



3. Sächsischer Fundraisingtag in Dresden.
Bereits seit 2004 organisieren die Macher

des Fundraiser-Magazins an der Hochschule für Technik und Wirtschaft in Dresden Fundraisingtage.

 Fundraisingtag Berlin Brandenburg, ebenfalls organisiert und ausgerichtet vom Fundraiser-Magazin.

2008

 Fundraisingtag München, organisiert und ausgerichtet vom Fundraiser-Magazin.

Erstmals Medienpartnerschaft mit dem International Fundraising Congress in den Niederlanden. Es folgen vielfältige Partnerschaften mit unterschiedlichen Tagungen rund um das Thema Fundraising.

Das Fundraiser-Magazin ist nominiert für den bundesweit ausgelobten **Bayerischen Printmedienpreis**.

Die erste Kolumne von Fabian F. Fröhlich erscheint auf der letzten

Magazins – diesen Platz besetzt sie bis heute.



Das Fundraiser-Magazin kommt nun sechsmal jährlich heraus, inzwischen ist das Heft mehr als 80 Seiten stark.

Die Jobbörse **Fundraising-Jobs.de** geht online; bis jetzt wurden schon über 600 Jobs über diese Plattform angeboten.

In der Edition Fundraiser-Magazin erscheint das Buch "Fundraising-Grundlagen – Wie Sie Freunde und Spenden für Ihre gute Sache gewinnen" von Jan Uekermann.



Bis heute wird das Buch gern gekauft und über den Buchhandel bestellt.

2007



Das Fundraiser-Magazin erscheint regelmäßig viermal im Jahr mit jeweils 5000 Exemplaren. Auch der Umfang des Magazins nimmt stetig zu, neue Rubriken und neue Themen finden ins Heft.

Erster Kirchenfundraisingtag Sachsen an der Evangelischen Hochschule für Soziale Arbeit in Dresden, organisiert und ausgerichtet vom Fundraiser-Magazin.

2009

Das **Südwestdeutsche Fundraisingforum** in
Bad Herrenalb wird
ausgerichtet
vom Fundraiser-Magazin.

Erstmals erscheint das **Dienstleister-Verzeichnis** im Heft und online, bis heute sind schon über 150 nützliche Einträge von Dienstleistern erschienen.

Kooperation mit dem Fundraisingverband Austria: Alle Mitglieder des österreichischen Fundraisingverbandes erhalten das Fundraiser-Magazin über ihren Verband.

Social Media: Auch das Fundraiser-Magazin twittert und postet bei Facebook.



2011

Nach nur fünf Monaten Bauzeit zieht das Team des Fundraiser-Magazins in das neue Verlagsgebäude im historischen Dorfkern an den Stadtrand von Dresden.

Kooperation mit swissfundraising:

Alle Mitglieder des Schweizer Fundraisingverbandes erhalten das Fundraiser-Magazin zusammen mit aktuellen Verbands-informationen.

 Fundraisingtag Nordrhein-Westfalen, organisiert und ausgerichtet vom
 Fundraiser-Magazin.

die "Chronik" des Fundraiser-Magazins

2012

Das Fundraiser-Magazin erhält den Preis des Verbandes der Deutschen Fachpresse "Fachmedium des Jahres 2012".

Die Teilnehmergebühr für den Wettbewerb haben unsere Leserinnen und Leser finanziert – per Crowdfunding.

Erstmals erscheint der **Fundraising-Kalender** im Heft und online, bis heute waren schon mehr als 2000 Veranstaltungen darin zu finden.

Der **Deutsche Fundraising Kongress** zieht von Fulda nach Berlin, das Fundraiser-Magazin ist als Medienpartner dabei – eine Partnerschaft, die bis heute anhält.

Große Leser-Umfrage: Hunderte Leserinnen und Leser sagen dem Fundraiser-Magazin ihre Meinung, viele Vorschläge werden daraufhin im Heft oder online umgesetzt.

2014

Relaunch: Das Fundraiser-Magazin bekommt ein neues Logo mit "Binnen-I", außerdem wird im Heft und auf der Website "aufgeräumt".



Die Serie "Non-Profit-Ratgeber für Einsteiger" erscheint zum ersten Mal. Thema ist die Steuererklärung für gemeinnützige Vereine.

Große Info-Grafik zum **Online-Fundraising-Universum**. Aufgrund reger Nachfrage bieten wir die Grafik auch als Plakat an.



2016

Mit dem Fundraising-Symposium in Frankfurt am Main bietet das Fundraiser-Magazin eine internationale Fachveranstaltung zum Thema Nachlassfundraising. Die Resonanz ist durchweg positiv. Für den 16. & 17. Februar 2017 ist wieder ein Symposium geplant: diesmal zum Thema Großspendenfundraising.

2013

Hochwasser-Katastrophe in Deutschland, Österreich und Tschechien. Innerhalb von 48 Stunden stellt das Team des Fundraiser-Magazins ehrenamtlich das Internetportal **Flutspenden.de** auf die Beine. Unzähligen flutbetroffenen Projekten konnte darüber lokal und themenbezogen geholfen werden. Im Frühjahr 2016 wurde aus Anlass des Hochwassers in Süddeutschland die Seite wieder aktiviert.

Zum ersten Mal erscheint als Beilage zum Magazin die große **Marktübersicht** "Software für Vereine, Verbände und Stiftungen".





2015

25 Jahre Wiedervereinigung Deutschlands. Das Fundraiser-Magazin bringt dazu ein Themenspecial

"Fundraising in der DDR" (nachzulesen im kostenlosen Archiv auf www.fundraiser-magazin.de).

Ausgabe **Nummer 50** erscheint, ein Grund zum Feiern. 250 000 Hefte wurden bis dahin schon gedruckt. Der Umfang des Magazins wird immer stärker.

Die letzte Werbepostkarte "Keine Spende ohne Dich!" wird versandt, eine Nachauflage ist in Planung.





Die Menschen, die das Magazin machen...

Zweifellos brennen alle für das Thema Fundraising – und außerdem für vieles mehr



Rasen mähen, Rhabarber ernten? Gärtnern fand Chefredakteurin Daniela Münster eigentlich immer spießig. Das änderte sich, als sie vor ein paar Jahren zusammen mit ihrem Mann ein altes Böttcherei-Gebäude kaufte. Viel Herzblut und Eigenleistungen steckten die beiden in den aufwendigen Umbau zum Wohnhaus. "Mit einer Blumenwiese-Samenmischung hatte ich die Baustelle etwas aufgehübscht – und von da an war es um mich geschehen", verrät Daniela. Heute gibt es Hochbeete mit Bio-Gemüse und Kräutern, Tomaten und Auberginen wachsen in Kübeln, verschiedene Kletter-Rosen und üppige Staudenbeete locken Insekten und Vögel an. Im selbstgebauten Gewächshaus gedeihen Gurken und Melonen. Und neben dem Verlagsgebäude lädt ein kleiner "Bürogarten" zur Kaffeepause ins Grüne. "Die Beschäftigung mit den Pflanzen gibt mir Kraft und Inspiration", sagt die Hobbygärtnerin. Das ist wichtig, denn Daniela ist als Art Director auch für die visuelle Gestaltung des Fundraiser-Magazins verantwortlich.



"Was hat der wieder für eine Sauklaue!" Konzentriert sitzt **Matthias** Daberstiel vor seinem Monitor und versucht, die digitalisierte Handschrift eines Pfarrers im Kirchenbuch von Schmalkalden aus dem Jahr 1566 zu entziffern. Mühsam hat er sich die altdeutsche Schrift selbst beigebracht, um mehr über seine Vorfahren herauszufinden. "Der Stammbaum meines Sohnes beinhaltet schon 5000 Namen und reicht teilweise bis 1408 zurück." Auf Papier lässt sich da immer nur ein Teil abbilden. Anlass der Ahnenforschung war für den Mitherausgeber des Fundraiser-Magazins sein extrem seltener Familienname. Nur sechs Familien weltweit heißen noch Daberstiel. Aller Urahn ist Veit Daberstiel, ein Windmüller aus Ettelwitz in Nordsachsen im frühen 16. Jahrhundert. "Naja, viel Wind mache ich ja heute auch noch", schmunzelt er, denn er ist beim Fundraiser-Magazin für Marketing, Werbung und Sponsoring zuständig. Auch die Fundraisingtage kommen ohne seine PR und Programmplanung nicht aus.



Jan Uekermann liebt die Begeisterung – daher seine Leidenschaft für das Fundraising? Er trägt verschiedene Hüte: Er ist (Schweiz-)Korrespondent des Fundraiser-Magazins, betreibt das Major Giving Institute, ist für RaiseNow tätig und engagiert sich für das Kinderhilfswerk nph. In seiner "Freizeit" sucht er Herausforderungen, die nichts mit Fundraising zu tun haben, "um mich bewusst mit anderem zu beschäftigen", wie er sagt, und um dann festzustellen …

Als systemischer Berater begleitet er Menschen dabei, ihre Herausforderungen zu meistern, durch einfühlsames, experimentierfreudiges Herantasten und Finden von Veränderungen – oft durch passende Fragen. In sich selbst hat er den Clown entdeckt und sich an eine entsprechende Weiterbildung gewagt. Erst Engel links, Teufel rechts: "Du kannst das nicht. – Doch, trau dich!" Eine Grenze und mit ihr die Möglichkeit, die Komfortzone zu vergrößern. Also los! Und dann die Freiheit der Dummheit entdecken, die Leichtigkeit des Lebens spüren, die Schönheit der Welt genießen. Jan Uekermann bleibt auch weiterhin auf der Suche nach Herausforderungen.



Wandern, Radfahren und Fotografieren, das sind die Dinge, die Mitherausgeber und Chef-Finanzer Udo Lehner in seiner Freizeit gern öfter tun würde. Beim Fundraiser-Magazin ist der passionierte Typograf vor dem Erscheinungstermin dafür verantwortlich, dass alles korrekt in der Druckerei ankommt. Nach dem Druck kümmert er sich darum, dass die Magazine pünktlich zu den Lesern und Inserenten gelangen. Als Vater von zwei schulpflichtigen Rabauken, die Udo - verheiratet mit einer Krankenschwester – häufig auch am Wochenende bespaßen darf, kommt der ehemalige Handballer leider nur unregelmäßig dazu, den heimischen HC Elbflorenz in der Halle zu unterstützen. Dafür zählt die Campus-Zeitung CAZ, die Udo Lehner zusammen mit Daniela Münster herausgibt, zu den Sponsoren des Vereins.

Kopenhagen, Barcelona, Budapest, Florenz - Ute Nitzsche ist gern unterwegs, um andere Länder und Städte zu erkunden. "In Europa habe ich schon 15 Hauptstädte besucht", zählt sie zusammen. Auf ihrer Liste der nächsten Reiseziele ganz oben stehen derzeit Helsin-



ki, Lissabon und auch die baltischen Staaten. "Und dann möchte ich unbedingt mal St. Petersburg sehen." Aber auch in Dresden gibt es für sie immer wieder was zu entdecken. 41 persönliche Geschichten bekannter und weniger bekannter Dresdner hat sie zusammen mit dem Autor Frank Goldammer im Buch "Stadtgespräche aus Dresden" aufgeschrieben, das 2015 im Gmeiner Verlag erschienen ist. "Ich wollte schon immer ein eigenes Buch schreiben", verrät sie. Beruflich kümmert sie sich als Lektorin aber auch um die Texte anderer Autoren, unter anderem um die des Fundraiser-Magazins, in dem sie als Redakteurin außerdem die Rubrik Stiftung betreut.





Webbasierte Branchenlösung für Spendenorganisationen

Im Handumdrehen Spendenaktionen starten





Die Menschen, die das Magazin machen...

Noch mehr Mitwirkende, ohne die das Fundraiser-Magazin nur halb so gut wäre



Bereits am Fundraiser-Magazin Nr. 1 hatte **Claudia Fuhrmann** mitgewirkt. Als Praktikantin im Verlag schrieb sie dafür unter anderem eine Fachbuch-Rezension. Nach dem Studium nie wieder ein Fachbuch lesen – davon war sie fest überzeugt. Heute bildet Claudia sich ständig weiter, denn "der Fachbereich Psychologie interessierte mich schon immer". Zum Ausgleich entspannt sie am liebsten auf der Yogamatte in ihrem Garten. Als Mutter von zwei wilden Jungs wird es in ihrem Leben nie langweilig. Selbst Fußball spielen macht Spaß mit den beiden. "Ich hätte nie gedacht, dass ich daran jemals Freude empfinden kann, aber seitdem meine Jungs spielen und ich die Regeln verstehe, kicke ich auch selbst ab und zu den Ball", verrät sie. Claudia ist ein Organisationstalent: Nicht nur den stressigen Alltag ihrer Familie managt sie erfolgreich, auch die Fundraisingtage des Fundraiser-Magazins mit jährlich über 700 Teilnehmern liegen in ihrer Verantwortung.



"Das drucken wir unter keinen Umständen!" Das Leben eines Redakteurs kann hart sein. Härte ist **Rico Stehfest** gewöhnt – als Biker ist er bei Wind und Wetter auf seiner Honda unterwegs, immer von einem Projekt zum nächsten. Als freischaffender Journalist hat er stets zu tun und ist deshalb immer fast schon wieder zur Tür hinaus. Beim Fundraiser-Magazin verantwortet er unter anderem den Bereich der Projektberichte. Darüber hinaus geht jeder Text, der gedruckt werden soll, über seinen Schreibtisch. Sein kritisches Auge ist beständig um die Qualität des Magazins bemüht.

Neben der Fundraising-Szene bewegt er sich journalistisch vor allem im kulturellen Bereich. So ist er auch für die Öffentlichkeitsarbeit und das Marketing der "Tanzwoche", dem jährlich in Dresden stattfindenden Festival für zeitgenössischen Tanz, verantwortlich. Und wenn er doch mal gerade nichts zu tun hat, joggt er durch den Süden Dresdens.



Paul Raphaël Stadelhofer gibt nur mit charmantem Widerwillen Details aus seinem Leben bekannt. Familienhund Jay, gemeinnützige Engagements, seine Doktorarbeit und andere wissenschaftliche Publikationen, das universitäre Umfeld, Fotografie und moderne Medien... Wer Paul nach seinem Privatleben fragt, bekommt zwischen Fremdwörtern, Slang und Sarkasmus Derartiges genannt. Wenn man ihn auf Paradigmen oder soziale Innovationen anspricht, kann man sich auf eine gesunde Ration Skepsis einstellen: "Ich hege auch eine heimliche Liebe zur Ethik, solange sie nicht mit Moralin vergiftet wurde." Derzeit brennt Paul, der Philosoph, Kunsthistoriker und Literaturwissenschaftler, für die Schnittstelle von technischen Innovationen und menschlichen Erkenntnismöglichkeiten; zwischen Wahrnehmungen und Weltbildern. Wenn er akademische Vorträge hält, drehen sie sich meist um Wirtschafts- sowie Umweltethik, Problemlösungskonzepte oder um das Verhältnis von Technik und Gesellschaft. Im persönlichen Gespräch setzt Paul neben einigen Klassikern und "heiligen" Büchern auch gerne Aspekte der Innovationsforschung als selbstverständlich voraus. Als Projektmanager beim Fundraiser-Magazin funkeln seine Augen, wenn es um die Unterstützung von Partnern, Kunden und Autoren geht. Er hat immer ein Auge auf den Markt und eines auf die Forschung.



Im Sommer ist der Balkon voller bunter Blumen, Spatzen und Amseln freuen sich lautstark über eine große Wasserschale zum Trinken und Baden. Im Winter gibt es dazu noch eine Schale Futter. Auch einen Preis im "Balkonpflanzenwettbewerb" hat Mediengestalterin **Christa Jahn** schon erhalten. "Das Balkongärtnern ist ein schöner Ausgleich zur Arbeit am Computer. Außerdem freut es mich, wenn die Kinder in unserem DDR-Plattenbau-Wohngebiet stehen bleiben und ihrer Mutti begeistert die schönen Blumen zeigen", meint Christa. Beim Fundraiser-Magazin ist sie für die Internetseiten zuständig, eine der aktuellen Arbeiten war der Relaunch von *fundraiser-magazin.de*. Wie die meisten Menschen hält Christa das Internet für eine der bedeutendsten Erfindungen der letzten Jahrzehnte. Die Arbeit mit dem Internet findet sie sehr spannend: "Weil ich Spaß habe, immer Neues lernen zu müssen und es mit Hilfe des Internets auch zu können."



Steuern, Geldanlage, Versicherungen – auf diese Weise verdient **Peter Neitzsch** seine Brötchen. Nicht etwa als Makler oder Berater, sondern als Wirtschaftsjournalist in Hamburg. Damit die Themen nicht zu trocken werden, betreibt der langjährige Autor des Fundraiser-Magazins nebenbei noch einen journalistischen Gemischtwarenladen: "Das Tolle an meinem Beruf sind schließlich die Menschen, mit denen man ins Gespräch kommt." Vom Flüchtlingshelfer in Hamburg über den dänischen Konstrukteur von Windkraftanlagen bis zum Strandverkäufer an der Copacabana. Ohnehin ist Reisen seine Leidenschaft. Am besten ist, wenn sich das mit dem Job verbinden lässt: "Manchmal muss ich einfach wieder raus", erzählt Peter. Dann berichtet er aus Brasilien oder Südafrika. Urlaub muss der Freiberufler dafür keinen nehmen, schließlich ist er sein eigener Chef und der Trip – nun ja – Arbeitszeit.





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.



Wie kommen die Wörter ins Magazin?

Vom ersten Buchstaben bis zum gedruckten Heft – so entsteht das Fundraiser-Magazin

Wieso sind eigentlich immer genau so viele Wörter da, wie in ein Magazin passen? Wer bestimmt, was in den Anzeigen steht? Warum kann das Fundraiser-Magazin so preisgünstig sein? Und wer kümmert sich um die Druckfehler? Fragen über Fragen – Zeit, der Sache auf den Grund zu gehen.

Von PIA RAST

Während Sie diesen Artikel lesen, wird im Verlag in Dresden schon fleißig am nächsten Heft gearbeitet. An der langen Wand im Flur sind alle geplanten Seiten einer Ausgabe der Reihe nach aufgehängt. Hier werden Informationen gesammelt, die für die Produktion des Magazins wichtig sind: Wie lang sind die Texte, wie sehen die Fotos aus? Welche Formate haben die Anzeigen? Welche Rubriken sind schon gefüllt, wo fehlt noch etwas? Am Ende steht ein fester Plan, wo genau welcher Artikel, welches Bild und welche Anzeige platziert ist. Dieser



Blattplanung zum Anfassen: Alle Seiten des Magazins hängen in Orgininalgröße an der Wand – für den besseren Überblick während der Entstehungsphase.



Wie alles begann ...

Am Anfang stand die Idee. Eine zugegebenermaßen verrückte: ein regelmäßiges Fachmagazin zum Thema Fundraising, Stiftung und Sponsoring für die neuen Bundesländer. Im Osten der Republik

fiel der Begriff "Fundraising" unter die Kategorie: "Hää?".

Wir schreiben das Jahr 2005. Der Deutsche Fundraising-Verband hatte gerade sein vierteljährliches Magazin "Fundraising aktuell" auf zwei Ausgaben pro Jahr in zurückhaltendem Schwarz-Weiß reduziert. Zwar fand der alljährliche Fundraising-Kongress in Magdeburg statt, allein den Weg dahin fand keine Organisation aus den neuen Bundesländern – der Kosten wegen. War die Gelegenheit günstig für ein neues, wirtschaftlich tragfähiges Magazin? Eigentlich nicht.

Würde es genug Leser geben?

Bereitwillig gaben die Teilnehmer des Sächsischen Fundraisingtages 2005 in Dresden Antwort auf die Frage, was sie denn für ein solches Magazin bezahlen würden: Über die Hälfte konnte sich einen Jahresbetrag unter 60 Euro vorstellen, immerhin ein Viertel bis zu 80 Euro. Nicht sehr ermutigend, lagen doch vergleichbare Publikationen bei über 100

Euro für vier oder sechs Ausgaben. Doch eine andere Zahl war entscheidend: 77,2 Prozent wünschten sich eine solche Publikation, und über die Hälfte wollten ein Print-Magazin. Das motivierte. Udo Lehner und Daniela Münster, die damals bereits seit mehr als zehn Jahren in Dresden einen kleinen Zeitschriften-Verlag betrieben, gingen das Wagnis ein. Gemeinsam mit Matthias Daberstiel, der sich mit dem Thema Fundraising gut auskannte und in der Szene entsprechend vernetzt war, gründeten sie im Herbst 2006 das Fundraiser-Magazin. Die Resonanz im Westen der Republik war groß, sogar aus Österreich, der Schweiz und Südtirol gingen Bestellungen ein. Ein Fachmagazin für den Osten? Nein, das Fundraiser-Magazin ist für alle da.



Redaktions-Konferenz: Ideen werden diskutiert. Was ist gut, was kann man besser machen?

Seitenspiegel ist für alle verbindlich, es gibt ihn tagesaktuell auch online für alle, die in Layout und Redaktion arbeiten.

Kaffee und Kontakte

Was passiert eigentlich bei den Redaktionskonferenzen? Ja, genau: Da gibt es leckere Kekse und viel Kaffee und noch mehr Infos. Die verantwortlichen Redakteurinnen und Redakteure treffen sich regelmäßig und besprechen, was alles im nächsten Magazin stehen soll und was online veröffentlicht wird. Es wird diskutiert, wen man interviewen möchte, welche Fachbücher man empfehlen kann, wozu es Leserfragen gibt und welche brisanten Themen man unbedingt recherchieren sollte. Außerdem wertet die Redaktion die aktuell erschienene Ausgabe aus: Was ist gut, was kann man besser machen?

Überall Experten

Die Redaktion in Dresden erhält Unterstützung von vielen freien Journalisten und Fachautoren: in der Schweiz, in Österreich, in den USA, England, Irland, den Niederlanden, Spanien, China, der Ukraine, Australien, Singapur, Indien, Schweden, Neuseeland, Italien und an vielen Orten in Deutschland. So arbeiten Autorinnen, Reporter, Fotografinnen, Tipp-Geber und Freunde zusammen, um die Leserinnen und

Leser regelmäßig aktuell zu informieren. Besonders die Fachautoren sind meistens selbst in der Fundraising-Branche tätig und damit Experten auf ihrem Gebiet. Seit der Gründung des Fundraiser-Magazins schrieben hierfür schon 660 Autoren. (Haben Sie Lust bekommen, selbst einen Artikel zu schreiben? Tipps dazu finden Sie in der Info-Box auf Seite 24.)

Innere und äußere Werte

Sind alle Texte geschrieben, alle Fotos gemacht, alle Seiten layoutet, wird gründlich Korrektur gelesen. Zwei Lektoren sorgen dafür, dass möglichst wenig Druckfehler im Heft sind. Dabei geht es nicht nur um Rechtschreibung und Kommata, sondern ganz besonders auch um Verständlichkeit der Beiträge. In der Grafik wird das Titel-Cover gestaltet – meist gibt es verschiedene Varianten, von denen die beste ausgewählt wird.

Noch mehr Lesestoff

Nun fließen auch das Dienstleisterverzeichnis, der Fundraisingkalender und die Werbeanzeigen ins Gesamt-Layout ein. Apropos Werbung: Ohne die Anzeigen gäbe es gar kein Fundraiser-Magazin. Denn nur weil genügend Unternehmen regelmäßig im Magazin inserieren, kann es kostenlos auf über 200 Tagungen und...

Gern geklickt

Die inoffizielle Hitliste der am liebsten gelesenen und häufig angeklickten Seiten auf www.fundraiser-magazin.de

Fundraising-Jobs

In der kostenlosen Online-Stellenbörse finden Sie vielleicht Ihren neuen Traumjob in gemeinnützigen Einrichtungen oder können solche Jobs selbst anbieten.

Dienstleisterverzeichnis

Über 100 Unternehmen rund um das Thema Fundraising stehen in der Dienstleister-Datenbank. Auch in der Printausgabe gibt es das Dienstleisterverzeichnis, erkennbar an den gelb getönten Seiten.

Branche

Was gibt es Neues in der Szene? Unter der Rubrik "Branche" finden Sie online und im Heft immer Interessantes "aus unseren Kreisen".

Fachbücher

Die Redaktion stellt aktuelle Fach- und Sachbücher vor.

Fundraising-Kalender

Hier finden Sie aktuelle Veranstaltungs-Termine für Vereine und Stiftungen rund um die Themen Spenden, NPO-Management und Öffentlichkeitsarbeit.

Magazin bestellen

Die richtige Entscheidung! Hier können Sie Ihr Abonnement bestellen: als Jahresabo, zum Verschenken oder gleich für Ihre Kolleginnen und Kollegen mit – als Organisations-Abo.

Archiv

Alle Magazine, die seit der Gründung erschienen sind, können Sie kostenfrei im Archiv als PDF ansehen. Mehr als 1000 Artikel stehn kostenfrei zur Verfügung.

Unsere Leser

Wer liest denn alles das Fundraiser-Magazin? Die Antwort finden Sie in der Rubrik "Über uns"; von hier aus geht's direkt zu einer tabellarischen Übersicht. Viel Spaß beim Stöbern!

Das Letzte

Kaum zu glauben, aber wahr – auch die Glosse von Fabian F. Fröhlich gehört zu den meistgeklickten [ob auch wirklich gelesenen, ist nicht überprüft! ;-)] Seiten auf www.fundraiser-magazin.de ... Veranstaltungen verteilt werden und im Abonnement so preisgünstig sein. Die Unternehmen können in ihren Anzeigen veröffentlichen, was sie wollen – weil sie es gut meinen, bringen sie anstelle eines großformatigen Schwarzweiß-Fotos des Unternehmensgründers lieber interessante Fakten über ihre Produkte und Dienstleistungen für NGOs. Auch Stellen-Anzeigen gibt es manchmal im Fundraiser-Magazin. Noch mehr findet man jedoch auf fundraising-jobs.de. Das ist die kostenfreie Online-Jobbörse für Stellenangebote rund um das Thema Fundraising, die vom Fundraiser-Magazin betrieben wird.

Brillantes und umweltfreundlich

Ist das Heft komplett gestaltet, werden die Druckdaten digital ins Druckhaus gesandt. Die Firma "Silber Druck" in Niestetal in der Mitte Deutschlands druckt im Dreischicht-Betrieb, rund um die Uhr und kann nicht nur auf 50 Jahre Erfahrung zurückgreifen, sondern auch auf modernste Druckmaschinen und -verfahren. Mit dem exklusiven Druck im "Auraia-Raster" gibt es immer ein brillantes Druckbild dank neuester, digital modulierter Rastertechnik. Umweltverträglichkeit steht dabei im Fokus. Um wichtige Ressourcen zu schonen, wird die Abwärme der Druckmaschinen zum Heizen des Betriebes genutzt. Zertifiziert ist

Mitschreiben

"Schreiben ist leicht. Man muss nur die falschen Wörter weglassen", wusste schon Mark Twain. Möchten Sie uns einen Fachartikel anbieten? Dafür müssen Sie nicht Mitglied der Redaktion sein. Unser Magazin steht interessanten Ideen mit dem Fokus "Fundraising" immer offen. Bitte senden Sie uns keine fertigen Artikel zu, sondern zuerst eine E-Mail (redaktion@fundraiser-magazin.de) mit einigen Stichpunkten und Fakten zum Thema. Wir nehmen danach Kontakt mit Ihnen auf und sprechen alles weitere ab. Einen Termin- und Themenplan finden Sie unter www.fundraiser-magazin.de/termine-und-themen.html



Hier kommt es auf Präzision an. Mit einem Fadenzähler überprüft der Drucker, ob alles passt (Foto oben).

Die Beilagen werden liebevoll von Hand eingelegt (kleines Foto). Auch Beikleber, zum Beispiel Lupen, werden von den Mitarbeiterinnen in Handarbeit befestigt.

die Druckerei nach "Print CO2 geprüft" sowie dem FSC-Standard (Forest Stewardship Council) – laut World Wide Fund For Nature das einzig glaubwürdige Label für eine verantwortungsvolle Waldwirtschaft. Und das Beste: Gedruckt wird mit mineralölfreien Farben. Diese enthalten Pflanzenöle aus nachhaltiger Landwirtschaft, welche biologisch leicht abbaubar und so beim Recycling des Altpapiers rückstandsfrei sind.

Und nun ab die Post...

Drucken, Trocknen, Binden, Schneiden, Beilagen einstecken... wenn all das erledigt ist, gehen 5000 Exemplare von jeder Ausgabe auf direktem Weg von Dresden in die Welt. Dabei unterstützt den Verlag schon seit vielen Jahren die Firma "Schneller ist besser! Logistik". Abonnenten in Deutschland, Österreich, der Schweiz, aber auch in Italien, den Niederlanden und Luxemburg erhalten regelmäßig ihr Fundraiser-Magazin mit der Post. (Falls Sie noch kein Abo haben, unter abo.fundraiser-magazin.de können Sie es

direkt bestellen.) Viele Kooperationspartner beziehen das Heft gleich kistenweise: Auf mehr als 200 Fachveranstaltungen liegt das Fundraiser-Magazin zur Mitnahme aus. Einige NGOs haben ein "Organisations-Abo" bestellt. Diese bekommen zehn oder mehr Exemplare bequem im Paket – und sparen dabei noch Geld.

Im Verlag zieht derweil der typische Geruch nach frischer Druckfarbe durch die Räume. Dort telefoniert die Anzeigenabteilung mit Kunden, verschickt die Buchhaltung fleißig Rechnungen, hält die IT die Website auf dem neuesten Stand. Auch die Redakteurinnen und Redakteure sind schon wieder fleißig und recherchieren bereits die Themen für die nächste Ausgabe.



So viel Papier: Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Druckerei "Silber Druck" haben alle Hände voll zu tun. Mehr als 150 Kartons sind nötig, um die Gesamtauflage des Fundraiser-Magazins zu verpacken. Palettenweise geht die Auflage auf den Weg nach Dresden.

Preis wert

Das war eine Überraschung! Anlässlich des Kongresses der Deutschen Fachpresse im Juni 2012 wurden die Sieger des Awards "Fachmedium des Jahres" bekanntgegeben: In der Kategorie "Werbung / Medien / Entertainment" erhielt das Fundraiser-Magazin die begehrte Trophäe. Mit dem Preis zeichnet die



Deutsche Fachpresse jährlich die besten deutschen Fachmedienangebote aus. Eher ungewöhnlich verlief die Bewerbung um den Award. Die Redaktion hatte ihre Leser aufgerufen, die Teilnahmegebühr für den Wettbewerb per Crowdfunding über das Internetportal "Startnext" zu sammeln. "Das erstaunte weite Teile der anwesenden Verlagsmanager, brachte uns aber auch viel Anerkennung ein", verrät Matthias Daberstiel. Der Fachkongress stand passenderweise unter dem Motto "Monetarisierungsstrategien für Fachverlage". "Da haben uns schon einige auf die Schulter geklopft und uns zu unserem Mut beglückwünscht." Es ist ein Preis für unsere Leserinnen und Leser. Denn er spornt uns an, auch in Zukunft immer spannende und inspirierende Lektüre zu bieten.





Fundraising neu erleben mit OpenHearts

modern, leicht verständlich, web-fähig

konfigurierbar nach Ihren Bedürfnissen

mit flexiblen Analysen und interaktiven Grafiken

Ihr Benefit-Team garantiert persönlichen Service



Das sagen unsere Leserinnen und Leser...

Der Fundraiser an und für sich ...



Ich lese sehr gerne die Interviews, weil ich vor allem aus den Erfahrungen und Ansichten von KollegInnen eine neue Perspektive auf die Dinge gewinne. Wenn ich zurückdenke: Vor zehn

Jahren musste ich Fundraising für unsere Kunden noch buchstabieren, inzwischen sind wir insgesamt in Deutschland auf einem anderen Level angekommen. Aber da ist noch viel Luft nach oben. Und es haben sich Freundschaften gebildet. Der Fundraiser an und für sich ist ein geselliger Mensch.

Wiebke Doktor

Geschäftsführerin Conversio Institut, Duisburg

Selbstverständlicher

Zuerst lese ich quer, sehe nach bekannten Gesichtern und Namen – und danach, ob unsere Anzeige an der richtigen Stelle sitzt. Für die Zukunft wünsche ich mir, dass Fundraising



selbstverständlicher wird – einerseits in der Öffentlichkeit, andererseits aber auch innerhalb mancher Organisationen. Zurückblickend denke ich gern an die vielen liebenswerten und interessanten Menschen, die ich in den vergangenen zehn Jahren kennenlernen durfte.

Eberhard Renn

Geschäftsführer direct.punkt Gesellschaft für Dialogmarketing, Eresing bei München

Ouerdenken

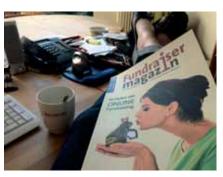


Zuerst lese ich Klatsch und Tratsch: Wer ist wo gelandet, was hat sich personell wie geändert in der Szene? Für die Zukunft im Fundraising wünsche ich mir mehr

Wagnis, um weiterzukommen: Querdenken, über den Tellerrand schauen, Mythen hinterfragen.

Alexandra Ripken Beraterin + Operative Fundraiserin Ziel & Plan, Georgenthal

Ohne Umlauf-Stress



Was ich zuerst lese? Den Fragebogen! Und dann die vorderen Seiten also Spektrum, und dann Köpfe und Karrieren. Dann hole ich mir einen Kaffee, lege die Füße auf den Tisch und vertiefe mich je nach Thema. Und seit ich das 10er-Abo für mein Team habe, ist auch der Umlauf-Stress bei uns weg und wir alle haben mehr Zeit zum Schmökern bzw. zur Wissensanreicherung. Wenn ich auf die Fundraising-"Szene" in den letzten zehn Jahren schaue, staune ich, wie groß, ausdifferenziert und professionell die "Szene" geworden ist – das freut mich immer wieder. Und dass die Tanzfläche auf der Gala beim Fundraising-Kongress immer noch nach den ersten drei Takten Musik gestürmt und für Stunden nicht mehr

Katja Deckert

hergegeben wird.

Leiterin Fundraising NABU, Berlin

Auch Kritik wenn nötig

Wie bei Zeitungen oft lese ich die letzten Seiten zuerst: Den Fragebogen und die Rezensionen der Neuerscheinungen. Beides dient der Neugier: Das eine ist persönlich, das an-



dere nützt in der Sache. Wenn ich an die letzten zehn Jahre denke – wie hat sich doch manches entwickelt! Und bei Fragen, die wiederkehren oder noch nicht beantwortet sind: Die Arbeit im Fundraising wird nie langweilig. Für die nächsten Jahre wünsche ich mir im Fundraiser-Magazin, dass die redaktionelle Qualität permanent im Blick bleibt und Kritik auch am Sektor selbst formuliert wird – wenn nötig.

Paul Dalby

Leitung Fundraising EMSZ – Evangelisches Medienservicezentrum der Landeskirche Hannovers

Ohne wenn und aber

Mir gefällt das Magazin sehr. Ohne wenn und aber. Für mich ist der Bereich "Praxis & Erfahrung" interessant. Hier kann ich direkte Verbindungen zu meiner Arbeit ziehen und neue



Ideen entwickeln. Außerdem sind die diversen Interviews spannend. Da ich noch nicht so lange in der Szene unterwegs bin, war tatsächlich das Anschreiben des Magazins an mich zu meiner Veranstaltung "Owl goes Fundraising" ein Highlight.

Alexandra Sievert-Heidemann

Geschäftsführung Sievert Druck & Service GmbH, Bielefeld

The Best of Forward-thinking Ideas

Fundraiser-Magazin is dedicated to bringing to its readers a world-wide perspective on cutting-edge theory and best practices for ethical fundraising in each and every issue



My favorite memory—and current reality—is that there is an increasing amount of sharing of best practices in fundraising across borders. As the CFRE International Job Analysis of Fundraising Practices consistently shows, 85–90 % of tasks that fundraising professionals perform are the same, no matter where they are raising funds. We have so much to learn from each other—and thanks to Fundraiser-Magazin and national organizations for fundraising professionals who share this perspective, we as fundraising professionals are able to learn from each other and make fundraising for charitable organizations stronger!

Fundraiser-Magazin is to be congratulated on presenting the best of forward-thinking ideas on charitable fundraising. I am confident that Fundraiser-Magazin will continue to serve fundraising professionals and encourage them to look at new ideas, improve, and raise the resources necessary for their organizations to make positive and sustainable social impact.

Eva E. Aldrich, M.A., CFRE

President & CEO Certified Fund Raising Executive (CFRE) International; Alexandria, Virginia, USA



Mehr Debatten



Unsere Branche hat in den zehn Jahren eine positive Entwicklung genommen: Mehr (wenn auch noch nicht genug) Anerkennung fürs Spenden und Spendensammeln in der Öffentlichkeit, mehr Professionalität im Fundraising in den Organi-

sationen und in den Verbänden. Und vor allem: Viele junge Kolleginnen und Kollegen, die mit Begeisterung ins Fundraising eingestiegen sind. Ich wünsche mir mehr Debatten über spannende Fragen wie Spendermotivation, neue Ansätze als Alternativen zur – Entschuldigung! – inzwischen langweiligen Spenderpyramide und weiterhin viel Austausch über Organisations- und Landesgrenzen hinweg! Zuerst und am liebsten lese ich den Fragebogen, der leider ganz weit hinten platziert ist. Und im Fragebogen die Frage 7: "Sie treffen den reichsten Menschen der Welt im Aufzug. Was sagen Sie ihm?"

Roger Tinner

Geschäftsführer Swissfundraising, St. Gallen, Schweiz

Als Erstes die Titelseite

Ich bin vor zirka 15 Jahren als Quereinsteigerin ins Fundraising gekommen, wie wohl die meisten Kolleginnen und Kollegen. Die Regionalgruppe



Berlin des Deutschen Fundraising Verbandes hat mich damals sehr freundlich aufgenommen und so hatte ich von Beginn an ein tolles berufliches Netzwerk. Das ist bis

heute so – und ich bin froh, dass ich mit meiner derzeitigen ehrenamtlichen Vorstandstätigkeit dem Verband was zurück geben kann.

Im Fundraiser-Magazin lese ich – wenig überraschend – als Erstes die Titelseite. Denn natürlich warte ich mit Spannung darauf, welches Schwerpunktthema Ihr Euch dieses Mal ausgesucht habt. Ich wünsche mir im Magazin ein Portrait des Deutschen Fundraising Verbandes – denn das ist ein Netzwerk, das sich lohnt.

Cornelia Blömer

Freiberufliche Beraterin und Vorstand im DFRV, Berlin

Über die Grenzen der Branche

Die Beiträge über Menschen im Fundraising, was sie bewegt, was sie interessiert und wie sie die Entwicklungen einschätzen, lese ich zuerst. In der "Branche" herrscht nach wie vor



ein kollegialer Ton zwischen den FundraiserInnen, man tauscht sich aus, man analysiert gerne gemeinsam und man ist erst an zweiter Stelle Mitbewerber. Dies hat sich in den letzten Jahren sogar immer positiver entwickelt und ein Beweis für mich sind die vielen Austauschrunden, gemeinsamen Initiativen und Projekte sowie die zahllosen gemeinsam getrunkenen Biere (oder Spritzer). Wir sollten den Weg weiter gemeinsam gehen. Ein Fachmagazin – viele Länder beneiden uns darum – das seine Nase nicht nur laufend in den Wind hält, sondern auch über die Grenzen der Branche und der Länder steckt, brauchen wir.

Dr. Günther Lutschinger

Geschäftsführer Fundraising Verband Austria, Wien. Österreich





Čo je nové, čo je horúce?*

Aktuelle Fundraisingtrends in der Slowakei: *What's new, what's hot?

Dass Online-Fundraising auch in der Slowakei mächtig auf dem Vormarsch ist und eher traditionelle Fundraising-Instrumente wie F2F auf die Plätze verweist, mag nicht überraschen. Die Gründe dafür sind aber nicht unbedingt die gleichen wie in anderen europäischen Ländern. Ein Blick über den Tellerrand.

Von EDUARD MARČEK

Das Sammeln von Spenden von Privatpersonen hat in der Slowakei zugenommen, seitdem die großen institutionellen Förderer, die nach den gesellschaftlichen Veränderungen in den frühen 90er Jahren dabei geholfen haben, die Gesellschaft wiederzubeleben, ihre Prioritäten in Richtung Osten und Süden verschoben haben. Privatpersonen spielen nur langsam eine zunehmend signifikante Rolle bei der Unterstützung von NGOs, aber ihr Potenzial und ihre Bedeutung stehen außer Frage.

Eine kürzlich vom Marktforschungsinstitut TNS für eine der größten Hilfsorganisationen des Landes, "Dobrý Anjel" (Gute Engel), durchgeführte Befragung brachte zutage, dass 71 Prozent der Slowaken der Meinung sind, man solle sich gegenseitig helfen. Zwei Drittel der Befragten (65 %) unterstützen nach eigenen Angaben Non-Profit-Organisationen, davon zehn Prozent auf regelmässiger Basis.

Im Vergleich mit anderen Ländern überrascht es nicht, dass der typische slowakische Spender eine Frau im Alter zwischen 30 und 39 Jahren mit höherer Bildung in einer höher dotierten beruflichen Tätigkeit ist. Die am häufigsten durch Spenden unterstützten Bereiche sind das Gesundheitswesen, soziale Unterstützung für Bedürftige und Kirchen. Die wenigsten Spenden fließen in die Förderung der Menschenrechte, den Schutz von Minderheiten sowie Wissenschaft und Forschung.

Die noch immer am weitesten verbreiteten Fundraising-Methoden sind Straßensammlungen, Spenden per SMS und Zuweisungen von zwei Prozent der Einkommenssteuer (eine lokale Fundraising-Spezifität). Reguläre Kontoanweisungen werden am wenigsten genutzt.

Slowakische Banken haben im Zug der SEPA-Einführung eine Ausnahmeregel ausgehandelt, sodass ein freier Zugriff auf Bankkonten durch Dritte nach wie vor eingeschränkt ist. Durch diesen Ausschluss der Möglichkeit des Bankeinzugs können Organisationen keine effektiven Face-toface-Kampagnen fahren. Direct Mail ist ebenso auf einige wenige Organisationen beschränkt, weil damit hohe Investitionskosten verbunden sind, die eben einer durch-

Slowakei

Staatsform: Parlamentarische Republik/ parlamentarische Demokratie

Religion: Mehrheit Römisch-Katholisch/nicht ermittelt

Einwohnerzahl: 5,4 Mio (2014)

Bevölkerungsdichte: 111 Einwohner/km²

Währung: Euro (EUR) Bruttoinlandsprodukt:

17 644 USD (pro Einwohner)

Spendenhäufigkeit:

Platz im CAF World Giving Index (2015): 123 Geldspenden: 23 Prozent der Bevölkerung Zeitspenden: 11 Prozent der Bevölkerung schnittlichen slowakischen Organisation fehlen. Durch diese Begrenztheit der Möglichkeiten verbreiten sich die Ansätze des Online-Fundraisings schnell und werden von mehr und mehr Organisationen genutzt, sogar für eine ganz gewöhnliche Online-Spende.

Die große Spendenplattform darujme.sk bedient nach eigenen Angaben mittlerweile mehr als 120 Organisationen, die im vergangenen Jahr eine durchschnittliche monatliche Spende von fast 19 Euro erzielen (durchschnittliche Einzelspende: 35 €, durchschnittliche Dauerspende: 10 €). Dabei machten die Dauerspenden etwa ein Drittel der Gesamtsumme aller Online-Spenden im Jahr 2015 aus. Damit ist das Online-Fundraising in der Slowakei definitiv ein großer Trend mit schnell wachsendem Impact.

Obwohl es bereits einige erfolgreich durchgeführte Crowdfunding-Kampagnen auch in internationalem Rahmen gab, wird

das volle Potenzial dieses Bereiches noch nicht genutzt. Ein weiteres neues Phänomen ist die Welle von High Net Worth-Personen, erfolgreichen Geschäftsleuten, die mehr als je zuvor ihr Geld in soziale Zwecke investieren möchten. Es gibt immer wieder neue Fälle von privat finanzierten Initiativen im karitativen Bereich, aber auch im Bereich der Kunst und Kultur. Obwohl es bereits einige wenige Legate von Privatpersonen für Organisationen gibt, wartet der Markt allerdings nach wie vor auf eine erste groß angelegte Legate-Kampagne.

Einer der großen Namen im Bereich der Entwicklung des Fundraisings ist das Slowakische Fundraising-Zentrum (Slovenské centrum fundraisingu), das auch als Organisator der größten regionalen Fundraising-Konferenz agiert, der Central and Eastern European Fundraising Conference (CEE) und das CEE Leaders of Tomorrow Programm leitet.



Eduard Marček ist seit 1997 im Non-Profit-Sektor tätig und verfügt über umfangreiche Erfahrungen auf den Gebieten Consulting, Forschung und Capacity Building. Als Fundrai-

sing-Berater hat er mit einer Vielzahl an Nichtregierungsorganisationen auch auf internationaler Ebene gearbeitet und zu unterschiedlichen Analysestudien und Netzwerkinitiativen in ganz Mitteleuropa beigetragen. Sein Interesse gilt besonders komplizierten Fundraising-Projekten, Großspenden und Legatemarketing. Er ist Mitbegründer und Vorsitzender des Slowakischen Fundraising Zentrums und momentan Vizepräsident der European Fundraising Association.

- www.ceefundraising.org
- ▶ www.ceeleadership.org
- www.fundraising.sk



Workshops Stiftungsfundraising mit Peter Buss unter nonprocons. ch

DIE GROSSE SCHWEIZER STIFTUNGSPLATTFORM

Suchen Sie eine Schweizer Förderstiftung zur Finanzierung Ihrer Projekte? Wir unterstützen Sie dabei:

Suche nach beliebigen Stichworten oder nach Stiftungsnamen, Förderthemen, Personen, Postleitzahlen etc. (über 100 Merkmale!). Suchergebnisse speichern, Daten exportieren, Stiftungen folgen, Informationen teilen. **Und:** Die eigene Stiftung kostenfrei portraitieren.

Jetzt registrieren unter: www.stiftungschweiz.ch



13'000 STIFTUNGEN **AUF EINEN BLICK**

Operativ und fördernd. Mit leichtem Zugang zu Adressen und Portraits und mit vielen weiteren praktischen Informationen



• EIN INSTRUMENT MIT BREITEM NUTZEN

Für Fundraiser, Stiftungsräte, Anwälte, Notare, Treuhänder, Berater, Forschende usw.



Freie / kostenpflichtige Nutzung, je nach Bedarf

Keine Vorurteile?



Der sprichwörtliche Stammtisch in der Kneipe gilt gemeinhin als Hort allen Übels. Zumindest ziemlich kruder, unreflektierter Bemerkungen. Und dort entstehen wohl auch Vorurteile und werden entsprechend gepflegt. An dieser Stelle setzt Petra Köpping (SPD), Sächsische Ministerin für Gleichstellung und Integration, gemeinsam mit mehreren Dresdner Vereinen in einer Kampagne an: Sechs verschiedene Bierdeckel greifen Vorurteile in Sachen Zuwanderer auf; die Rückseite will die jeweilige Behauptung entkräften, gestützt durch offizielle Zahlen.

Auf großem Fuß?

Brot für die Welt ermittelt den ökologischen Fußabdruck



Natürlich ist die Sache keineswegs wissenschaftlich gemeint. Eine interessante Anregung und dienlich für grundlegende Aufklärung ist dieser Fragentest aber allemal. Brot für die Welt hat auf einer eigenen Internetseite 13 Fragen zusammengestellt, deren Beantwortung die eigene Lebensgestaltung von Ernährung über Konsum bis Wohnen und Mobilität beleuchten soll. Die jeweiligen Ergebnisse bilden den eigenen ökologischen Fußabdruck und werden in Relation zum (deutschen) Durchschnitt gesetzt. Zusätzlich gibt

es jeweils kurze Tipps, wie man sein Verhalten nachhaltiger gestalten kann. Insgesamt geht die ganze Sache nicht in die Tiefe, wirkt dadurch aber auch nicht zu trocken oder gar theorielastig. Als Instrument für weitergehende Erläuterungen tatsächlich ja recht komplexer Zusammenhänge erfüllt der Ansatz deshalb durchaus seinen Zweck.

www.fussabdruck.de

MEINE MEINUNG

"Man könnte einen Anflug von Besserwisserei vermuten"

Ein Kommentar von RICO STEHFEST



Ganz klar: Wenn es um die deutsche Einwanderungspolitik geht, hilft uns nur Dialog weiter. Das haben inzwischen

die meisten begriffen. Was genau Dialog aber ausmacht, ist nicht immer ganz klar. Das sächsische Bierdeckel-Projekt (siehe nebenstehend) will aufklären, schafft es aber gerade mal im Ansatz, ein bisschen zu belehren. Mehr leider nicht. Dialog braucht Argumente. Dem Vorurteil, Zuwanderer seien krimineller als Deutsche, die bloße Behauptung entgegenzusetzen, dem sei, statistisch betrachtet, nicht so, ist noch weniger als heiße Luft. Man könnte einen Anflug von Besserwisserei vermuten. Aufklärung ist das auf keinen Fall.

Warum wurde hier so kurz gesprungen? Ein kleiner Blick zur Seite hätte schon gereicht, um zu sehen, wie das Ganze funktionieren kann. In Sachsen-Anhalt förderte die dortige Landeszentrale für politische Bildung bereits 2014 ein genau solches Bierdeckel-Projekt. Nur mit dem Unterschied, dass auf der Rückseite jener Exemplare tatsächliche Erklärungen standen.

In einem Streit, in dem manche Front verhärtet erscheint, fällt es durchaus schwer, sinnvolle und vor allem wirksame Argumente zu finden. Das ist eben einfach so. Damit muss man leben. Und in einer solchen Situation ist es manchmal klüger, eben nicht aktiv nach vorn zu preschen. Am Ende läuft man nämlich Gefahr, sich zu blamieren. Die Absicht ist hier ganz zweifelsfrei eine hehre. Aber guter Wille allein reicht eben nicht.

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

Kurzgefasst...

Happy Handy

Für das Informationszentrum Mobilfunk e.V. haben 208 Vereine und 96 Schulen insgesamt 41750 ausgediente Mobiltelefone gesammelt. Für jedes Handy erhielten die Sammler einen Euro. Am Ende konnten gut 9 Prozent des vermeintlichen Schrotts recycelt werden. Über die Aktion hinaus stellt die Homepage umfangreiche Informationen über das Recycling von Handys bereit.

www.altes-handy-neuer-sinn.de

Bücherparadies

Die Steyler Missionare in Sankt Augustin nehmen für ihre Bücherhalle Bücherspenden, aber auch Schallplatten, CDs und Brettspiele entgegen und bieten diese dann zum Verkauf an. Die Halle bietet fast 25 000 Artikel. Mit den Einnahmen unterstützen sie soziale Projekte der Steyler Missionare weltweit. Vergangenes Jahr kamen auf diesem Weg 45 000 Euro zusammen.

▶ www.facebook.com/buecherhalle

Schnitzeljagd

Die Kinderhilfsorganisation World Vision bietet in Zürich, Basel und Bern eine Schnitzeljagd für die ganze Familie an. Auf einer etwa zweistündigen Tour können die Teilnehmer besondere Ecken der jeweiligen Stadt kennenlernen und erfahren gleichzeitig Details aus der Arbeit von World Vision, indem das Leben von Kindern in anderen Ländern und Kulturen vorgestellt wird.

www.worldvision.ch

Lecker tafeln!

In einem Pilotprojekt haben drei Tafeln ihren Mitarbeitern einen Einstieg in die Inhalte und Instrumente zur Förderung der Ernährungs- und Lebensmittelkompetenz von sozial benachteiligten Menschen gegeben. In den Pilottafeln in Weimar, Friedberg und Nordhorn wurden auf Grundlage von Workshops auf die Situation vor Ort passende Verkostungs- und Kochaktionen mit den Tafelgästen umgesetzt.

▶ www.tafel.de

Für Bargeld

Bargeld kommt aus der Mode? Die Diskussion über dessen Abschaffung wird immer wieder geführt. Eine Initiative, die sich gegen das Verbot von Bargeld ausspricht, sammelt über eine Online-Plattform Unterschriften. Inzwischen sind fast 153 000 Unterzeichner Teil der Initiative. Kern der Kritik ist, dass Geld, wenn es rein elektronisch existiert, kein Privateigentum mehr sein wird und damit die Freiheit der Bürger eingeschränkt wird.

www.stop-bargeldverbot.de

Mikrospenden

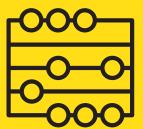
Die Credit Suisse bietet ihren Kunden eine eigene Aufrunden-Option

Das Schweizerische Rote Kreuz, Pro Juventute und die Stiftung Schweizerischer Jugendmusikwettbewerb sind nur einige der neuen Partner der Credit Suisse, die deren Arbeit über ein System von Mikrospenden unterstützen. Genauer gesagt sind es die Kunden der Bank. Diese haben seit Kurzem die Möglichkeit, bei Zahlung mit Maestro- oder Kreditkarte auszuwählen, ob der jeweilige Betrag auf den nächsten Franken, die nächsten fünf oder nächsten zehn Franken aufgerundet werden soll. Die so gespendete Summe wird im Monatsrhythmus vom Bankkonto des Kunden abgebucht. Die auf diese Weise gesammelten Gelder werden komplett an eine der zehn beteiligten Hilfsorganisationen weitergeleitet. Welche das jeweils ist, entscheidet die Credit Suisse. Alternativ können die Bankkunden auch jährlich zwischen 10 und 100 Prozent ihrer Nettozinsbeträge spenden.

▶ www.creditsuisse.com

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/0699.1111116 93 CH OPTIGEM@MITELAN.CH/033.221 05 13



Das sagen unsere Leserinnen und Leser...

Spannende Fundraisingtage



Zehn Jahre: Ich denke an viele schöne Projekte, die unsere Kunden mit Hilfe des Spendensteins umsetzen konnten. Ich denke auch an viele spannende Fundraisingtage, die uns im-

mer wieder interessante Erstkontakte ermöglichen. Und ich sehe auch eine positive Entwicklung zu mehr Professionalität bei der Durchführung von Spendenprojekten. Allerdings ist da noch Luft nach oben. Für die Zukunft wünsche ich mir bei der Umsetzung von Spendenprojekten mehr zielstrebiges Handeln. Im Fundraiser-Magazin dürfen gerne viele Erfahrungsberichte und Handlungsempfehlungen aus der Praxis erscheinen, insbesondere von und für kleinere Organisationen. Als Anbieter eines innovativen Fundraising-Konzeptes interessieren uns besonders Erfahrungsberichte, Meinungen und Wünsche unserer potenziellen Kunden.

Axel BiethahnGeschäftsführer Fanstein GmbH,
Bauhausstadt Dessau

Die Zukunft aktiv gestalten



Als erstes überfliege ich alle Werbeanzeigen und schau, ob einer der Mitbewerber was Kreatives gemacht hat. Dann freue ich mich aber am meisten auf den lieben Fabian Fröhlich, den ich

leider immer noch nie persönlich getroffen habe ... Altruja ist seit 2010 live, mich freut immer wieder, wie viele nette Menschen, die mit Leidenschaft für Ihre Projekte brennen, wir kennenlernen durften. Vor allem die legendären Kongressparties sind wirklich jedes Jahr ein Highlight, wie schnell sich da die Tanzfläche füllt!

Die Zukunft hat längst begonnen: Big Data, neue Technologien, flache Hierachien, schnelle Entscheidungen sind in unserer Welt an der Tagesordnung. Da ist sicher noch viel Potenzial in unserer Branche, da wünschen wir uns eine Offenheit und Interesse, die Zukunft aktiv zu gestalten.

Nico Reis

Geschäftsführer Altruja – Einfach. Online. Spenden sammeln, München

Mythen und Entwicklungen



Zehn Jahre Fundraising ... zuerst denke ich da an den Mythos, der Spenderbrief stirbt aus, das Online Fundraising übernimmt. Doch auch die kontinuierliche Wei-

terentwicklung und die Professionalisierung fallen positiv aus. Dazu soll der Fokus des Spenders mehr Beachtung erhalten.

Das Fundraiser-Magazin weist einen guten Mix aus. Streift die verschiedenen Themen und ermöglicht einen sehr guten Einblick in die Fundraising-Szene, inspiriert und regt an. Weiter so. Und herzliche Gratulation zum Jubiläum.

Christoph Bitter

Leiter Fundraising Heilsarmee Schweiz, Bern

Punktlandung



Ich fange gerne gleich vorne mit dem Editorial an: immer eine Punktlandung. Woran ich mich gern erinnere? Was meine Erfahrungen betrifft: äußerst spannende Möglichkeiten auf

dem Gebiet des Großspenden-Fundraisings und Unternehmenskooperationen. Ergänzend dazu die Stärkung der Philanthropie, der Stiftungs-Boom, die Verbreitung und Professionalisierung neuer Ausbildungsprogramme und Zertifizierungsmöglichkeiten, großartige Kampagnen und Technologien. Spontan in Bezug auf die Szene denke ich: plus ça change. Sicherlich denke ich in beiden Zusammenhängen an das Fundraiser-Magazin, einen stetigen und kompetenten Begleiter, und gratuliere allen Beteiligten ganz herzlich zum Jubiläum.

Ich wünsche mir eine Publikation, die weiterhin wichtige Trends aufspürt, einen Blick über den Tellerrand ermöglicht, sich dem unabhängigen Qualitätsjournalismus verpflichtet fühlt, Internationalität in den deutschsprachigen Raum bringt. Ein Heft, das mit der Zeit geht, ein Macherteam, das neuen Herausforderungen mit Begeisterung begegnet.

Becky Ann Gilbert, CFRE

Director of Development ASSIST American Secondary Schools for International Students and Teachers, Berlin / Suffield, Connecticut

Auf Augenhöhe

Ich studiere immer zuerst das Inhaltsverzeichnis, konzentriere mich dann gleich am liebsten auf die Rubriken "Menschen", "Projekte" und "Stiftungen". Wenn ich zurückblicke, denke ich



gern an eine mittlerweile sehr professionalisierte Branche, die zunehmend wächst, die auf Augenhöhe mit Vertretern aus der Wirtschaft vielseitige und nachhaltig angelegte Projektpartnerschaften eingeht und ernstgenommen wird. Ich denke auch an spannende und inspirierende Netzwerkveranstaltungen, regional wie national, an einen positiven "Spirit" in der NPO-Branche, der sich vor allem am Deutschen Fundraising-Kongress widerspiegelt.

Nicht im, sondern DEM Fundraiser-Magazin würde ich wünschen, dass es künftig auch im stationären Handel erworben werden kann und neben der Wirtschaftswoche, dem Handelsblatt und manager magazin seinen Platz findet.

Christine Lindemann

Leitung Geschäftsstelle, Fundraising/Marketing HORIZONT e.V. – Initiative für obdachlose Kinder und deren Mütter, München

Die wahren Kreativen



Als erstes lese ich immer unsere Anzeige auf der Rückseite, die Platzierung auf der U4 ist wirklich perfekt. Wir versuchen, hier immer kreativ zu sein und Abwechslung zu bieten.

Werbung sollte immer auch unterhalten.

Vor zehn Jahren wurde ein schneller Rückgang des Direct Mail Fundraisings und ein schnelleres Wachstum im Bereich Online Fundraising prognostiziert. Beides ließ sich so nicht beobachten und wird wohl auch noch etwas auf sich warten lassen. Die Entwicklungen schreiten langsamer voran als erwartet.

Ich würde mich über die Vorstellung von den Gesichtern hinter den Organisationen und Kampagnen freuen. Sie sind die wahren Kreativen und haben etwas mehr "Rampenlicht" verdient.

Klas Brokmann

Geschäftsführender Gesellschafter adfinitas GmbH, Hannover



Ein Muss!



Ich bin in meinem siebten Jahr im Fundraising tätig und fand das Magazin sofort ansprechend. Als Franzose bin ich froh, die deutsche Sprache zu beherrschen, denn so etwas gibt es nicht auf

Französisch. Was ich zuerst lese? Keine spezifische Rubrik, meistens das Thema auf der Bildseite. Und natürlich das beigefügte Blatt von Swissfundraising, ein Muss als neues Vorstandsmitglied! Das Magazin ist sehr auf den deutschen Markt gerichtet. Ich würde das Magazin auch mehr auf internationales Flair richten. Mehr Beiträge über unsere Nachbarn aus Österreich – ein Markt mit vielen Ähnlichkeiten zur Schweiz – wären wünschenswert.

Maunoury Vincent

Leiter Philanthropie & Nachlässe Stiftung Terre des hommes – Kinderhilfe, Lausanne + Zürich

Aktuell und abwechslungsreich



An der Fundraising-Szene begeistert mich, dass man hier immer noch und immer wieder auf kritische Menschen trifft, die hinterfragen und den Mut haben "anders" zu denken. Das

Fundraiser-Magazin finde ich so, wie es ist, aktuell, spannend und abwechslungsreich. Man könnte vielleicht noch eine Rubrik "Gewusst wie" mit einer Art FAQs für das Fundraising einführen.

Helga Schneider Geschäftsführerin ifunds germany, Köln

Lust am Ausprobieren

Am liebsten lese ich über die praktischen Erfahrungen anderer und ich bin immer neugierig, ob ich Menschen kenne, die vorgestellt werden. Zehn Jahre Fundraising – da denke ich gern an die Fundraisingtage in Dresden und in Jena mit ihren vielen Anregungen von Referenten und von Teilnehmern, an den Austausch und an die nette Atmosphäre.

Gerne denke ich auch an die Versteigerung der unbezahlbaren Gelegenheiten, insbesondere daran, dass ein Essen mit unserem Ministerpräsidenten im letzten Jahr der Bürgerstiftung über 5000 Euro einbrachten. Auch der Preisträger des Fundraisingpreises 2015 mit seinem unfreiwilligen Spendenlauf "Neonazis marschieren gegen rechts"



hat mich beeindruckt. Das war pfiffig und klasse. Vom Fundraising wünsche ich mir manchmal mehr Bodenständigkeit und mehr Leichtigkeit. (Vielleicht ist das nicht nur ein Wunsch ans

Fundraising, sondern auch an mich.) Es ist gut, alles richtig machen zu wollen, und wenn das nicht geht, versuche ich, das Beste daraus zu machen. Ich wünsche mir und allen anderen FundraiserInnen Mut und Lust am Ausprobieren und den selbstkritischen Blick auch auf die Grenzen von dem, was wir tun.

Vom Magazin wünsche ich mir, genau dahin zu schauen und weiterhin kreativen Ideen Raum zu geben und die berühmten Fehler, von denen wir lernen können, zu beleuchten. Vielleicht mal eine Ausgabe zu den Fehlern, die uns alle weiter gebracht haben?

Doris Voll

freiberufliche Beraterin und ehrenamtlich in der Bürgerstiftung Jena aktiv

Spenderdaten sind wichtig



Als langjähriger Anbieter von Lösungen für das Online-Fundraising interessiert mich vor allem, was sich am Markt so Neues tut. Daher lese ich als Erstes die Rubrik "Praxis & Erfahrung".

Zehn Jahre – wie stark sich in der Zeit vor allem das Online-Fundraising entwickelt hat! 1999 waren wir mit dem Spendenportal HelpDirect die ersten, die in dem Segment aktiv waren. Es hat viele Jahre gedauert, bis weitere Anbieter folgten. Heute gibt es viele Angebote in dem Segment und das ist auch gut so! Für die nächsten zehn Jahre wünsche ich mir, dass Organisationen mehr erkennen, wie wichtig die Spenderdaten sind und diese nicht nur den Portalen überlassen. Die Erstspende ist gut, aber besser ist ein dauerhafter Kontakt zum Spender. Mit HelpDirect gewährleisten wir dies. Die Daten gehören ausschließlich den Organisationen!

Harald Meurer

CEO + Gründer Aktion HelpDirect e.V. und HelpMundo GmbH, Köln

Nachwuchsförderung



Ich gratuliere dem Fundraiser-Magazin zum 10-jährigen Jubiläum! Ich tue dies auch und gerade im Namen zahlreicher Studierender der Technischen Hochschule Köln die sich in all den Jahren

regelmäßig über ein Exemplar des Fundraiser-Magazins gefreut haben - und dies auch weiterhin tun! Herzlichen Dank an das Team des Fundraiser-Magazins für diese schöne Form der Nachwuchsförderung!

Prof. Dr. Michael Urselmann, FH Köln

BRAKELEY FUNDRAISING CONSULTANTS MEMBER OF MIRA PARTNERSHIP



Oft sind es Großspenden, die herausragenden Ideen den entscheidenden Durchbruch ermöglichen. Wir helfen Ihnen, dieses Potential auf professionelle Weise zu erschließen – mit unserer jahrzehntelangen Erfahrung im deutschsprachigen Raum, der Erfahrung unserer internationalen Kollegen der Mira Partnership, und der kollektiven Erfahrung der Brakeley Group of Companies, die in das Jahr 1919 zurückreicht. Allein in den vergangenen 20 Jahren unterstützte Brakeley weltweit 1.300 Kunden im Großspenden-Fundraising.

Brakeley GmbH Emil-Riedel-Str. 18 80538 München www.brakeley.de www.mirapartnership.com



So weit die Füße trugen

Was wurde aus dem Lettershop der Caritas Frankfurt?

Erfolgreiche Ideen und Projekte werden gern als Vorbild für die eigene Motivation im beruflichen Alltag hergenommen. Wie aber steht es im Einzelfall um deren Nachhaltigkeit? Wie hat sich ein Projekt über einen Zeitraum von zehn Jahren entwickelt? Wir haben bei der Caritas Frankfurt nachgehakt, um zu erfahren, wie es um ihren Lettershop steht.

Von RICO STEHFEST

Die Idee funktionierte und das Projekt wuchs innerhalb kürzester Zeit: In unserer Frühjahrsausgabe 2007 brachten wir einen Beitrag von Klaus Heil, der zu jener Zeit für das Fundraising des Caritasverbandes





Frankfurt tätig war. Darin berichtete er, wie der Verband bereits seit 2002 das eigene Fundraising über persönlich adressierte Spendenbriefe erfolgreicher zu gestalten versuchte. Essenzieller Kern der Aktion war die Einbindung des eigenen Beschäftigungsprojektes für Wohnungslose. So

verteilten anfangs zehn Austräger ganze 21 000 Briefe in sechs Pfarreien. Die Erfolge in finanzieller Hinsicht wie auch in Sachen Imagegewinn wurden innerhalb kurzer Zeit deutlich. Bereits im folgenden Jahr wurde technisch aufgerüstet und das Projekt zu einem vollwertigen Lettershop ausgebaut, für den gut zehn Mitarbeiter tätig waren. Klaus Heil schwärmte damals geradezu vom integrativen Charakter des Projekts und der Motivation, mit der alle Beteiligten bei der Sache waren: "Die Mitarbeiter identifizieren sich sehr mit 'ihrem' Lettershop. Menschen, die eindeutig am Rande unserer Gesellschaft stehen und durch alle Raster des Arbeitsmarktes und auch einer Vielzahl von Maßnahmen gefallen sind, bringen bewundernswerte Arbeitsleistungen und das in hohem Maße selbst organisiert", so der Wortlaut seines Artikels.

Das Stichwort "Arbeitsmarkt" war es auch zum Teil, das in den Folgejahren die Strukturen des Lettershops beeinflussen sollte. Mit der Einführung der Hartz-IV-Regelungen stieg nicht nur der bürokratische Aufwand. Auf individuelle Fähigkeiten und Belastungsgrenzen der Mitarbeiter einzugehen und deren daraus resultierende flexible Einsatz waren von da an nicht mehr möglich. Die Caritas meisterte aber die Herausforderungen, sodass das Projekt

ab 2005 EU-Fördermittel erhielt. Damit sank der bürokratische Aufwand allerdings nicht. Ganz im Gegenteil: Auch hier galt es, sich an die entsprechenden Förderrichtlinien zu halten. Ziel war es, sich im folgenden Förderzeitraum bis 2012 derart zu etablieren, dass sich der Lettershop im Anschluss selbst tragen könne. Teil dessen wäre auch die dauerhafte Beschäftigung einiger Mitarbeiter. "Wenn das gelingt, zeigen wir, welche Kräfte in Menschen stecken, an deren Fähigkeiten wir ernsthaft und nachhaltig glauben", so Klaus Heils damalige Überzeugung.

Wie es danach weiterging, verrät Michaela Jacobsohn, heute für die Caritas Frankfurt zuständig für das Fundraising und Spendenmanagement. "Nach Veränderungen im Fördermittelkonzept wurden so einfache Tätigkeiten wie das Austragen der Briefe nicht mehr gefördert. Aber genau die Handverteilung war der Kern des Projektes, zumindest für das Fundraising."



Der Bereich Fundraising konnte folglich aus Gründen der Rentabilität den Lettershop nicht weiter nutzen und musste auf gewerbliche Anbieter für den Briefversand umstellen. Dadurch ging dem Lettershop quasi ein "Großkunde" verloren.

Zwar war das Projekt zu keinem Zeitpunkt als kommerzielles angedacht, zeigte aber trotzdem seine Konkurrenzfähigkeit hinsichtlich seines Preis-/Leistungsverhältnisses. Das änderte sich allerdings durch den Wegfall der (passenden) Förderung. Seit 2013 wurden dann keine Briefe mehr verteilt.

Somit war auch der Gedanke eventueller langfristiger Beschäftigung von Mitarbeitern nicht mehr gegeben. Die Beteiligten befanden sich ohnehin als "Maßnahme" durch das Jobcenter in befristeter Beschäftigung. In Einzelfällen konnten Individuallösungen gefunden werden, um Mitarbeiter in anderen Bereichen, beispielsweise der Schreinerwerkstatt, einsetzen zu können. Anfang vergangenen Jahres stellte der Lettershop seine Tätigkeiten ganz ein.

"Wir haben aus dem Projekt gelernt, dass es nicht unbedingt eine Sache ist, die man einfach mal so nachmachen kann. Es bedarf ganz spezifischer Bedingungen, damit so etwas funktioniert. Zu seiner Zeit war die Idee sehr gut, nur hat sie sich dann eben nicht als nachhaltig erwiesen", so Jacobsohn.

▶ www.caritas-frankfurt.de







Für Licht im Dunkel psychisch Erkrankter

Ein Bonner Verein zeigt, dass man auch ins Fundraising hineinwachsen kann

In Bonn und dem Rhein-Sieg-Kreis gibt es seit 1980 eine Interessenvertretung für Angehörige und deren psychisch erkrankte Familienmitglieder. Der Verein Hilfe für psychisch Kranke Bonn/Rhein-Sieg (HfpK) betreibt aktiv Aufklärungsarbeit und ist auf den Gebieten Information, Beratung, Prävention und Inklusion aktiv.

Von UWE FLOHR

Der Verein ist auch im schulischen Bereich aktiv. Seit 2002 läuft deshalb das Informations-Projekt "Seele trifft auf Schule", das psychische Erkrankungen bei jungen Menschen zum Kern hat. Seit 2008 klären Angehörige und Fachleute über psychiatrische Krankheitsbilder auf, geben Tipps für den Umgang mit Betroffenen und thematisieren den Zusammenhang zwischen Suchtmittelkonsum und dem Auftreten von psychischen Erkrankungen.

Die Projektidee kam in der Pilotphase bei Pädagogen und Schülern gut an. Das motivierte den Verein, weiter an dem Projekt zu arbeiten, doch dafür war Geld nötig.

Da ich in meinem beruflichen Kontext Experte für Marketing/Öffentlichkeitsarbeit bin, fiel die Aufgabe der Mittelbeschaffung in mein Ressort. So startete meine Fundraisingkarriere. Ich sprach zwei Stiftungen aus Bonn um Unterstützung an. Für den ersten Antrag wurden Projektbeschreibungen und Kostenpläne entwickelt, ebenso erste

Ansätze zur Inhaltsvermittlung und zum Auftritt und Ablauf einer Veranstaltung. Ein Entwurf zur begleitenden Broschüre fehlte auch nicht. Mitte 2008 kamen die ersehnten Bescheide – beide positiv. Noch heute gehören beide Stiftungen zu den Förderern unseres Vereins.

Ich stieg tiefer in das Thema Fundraising ein, eignete mir Wissen an und setzte es sofort um. Ich konzentrierte mich zu Beginn auf die Bonner Region (mit Öffentlichkeitsarbeit als unabdingbare Voraussetzung für Anfragen) und dann auf die persönliche Ansprache – wobei ich hier die Spende nicht nur als monetäre Unterstützung verstehe. Doch ich habe auch viel recherchiert: Wer engagiert sich wofür? Passt das zu uns? Ist

ein Anruf oder ein persönliches Gespräch erforderlich? Das hört sich vielleicht einfach an, jedoch steckte und steckt darin viel ehrenamtliches Engagement und viel Zeit für Beziehungspflege – eine wichtige Bedingung, damit Fundraising gelingt. Das leiste ich alleine ehrenamtlich. Bei sehr komplexen Projektanträgen begleitet mich eine Fundraising-Beraterin.

Mein Ansatz war von Beginn an, regionale Partner zu finden. Doch schon bald wagte ich mich mit der Ansprache potenzieller Unterstützer über die regionalen Grenzen hinaus – und hatte Erfolge, aber auch Misserfolge und Absagen. Dann will ich immer genau wissen, warum unser Verein nicht in Betracht kommt. Mittlerweile kommen unsere Unterstützer auch aus anderen Regionen Deutschlands.

Was für uns für unsere Vereinsarbeit wichtig ist – Teilhabe und Teilnahme von Menschen mit psychischen Erkrankungen –

ist mir auch für unsere Zusammenarbeit mit unseren Förderern wichtig. Ich lasse sie an unserer Arbeit teilhaben und lade sie zu unseren Schulveranstaltungen ein. Das berührt die teilnehmenden Menschen sehr und schafft Bindungen über den Tag hinaus.

Seit mehr als fünf Jahren haben wir ein neues Projekt, für das ich auch Fundraising betreibe. "Sonnenkinder" - Angebote für Kinder und Jugendliche von psychisch kranken Eltern. Studien belegen, dass bei circa zwei Millionen deutschen Familien ein Elternteil psychisch krank ist. Diese Ausgangsbasis hat uns im Sommer 2011 veranlasst, ein therapeutisches Angebot für die jungen Menschen in der Region Bonn zu entwickeln. Unser Ziel: Kinder und Jugendliche in schwierigen Phasen zu unterstützen und sie in ihrer Entwicklung zu fördern, damit sie zu starken Persönlichkeiten heranwachsen. Das Projekt kommt - da die Zielgruppe Kinder sind – sehr gut in

der Öffentlichkeit und somit auch bei unseren Unterstützern an. Einige regionale Stiftungen und Krankenkassen in Bonn gehörten zu den ersten Förderern. Auch hier gilt unser Wert Partizipation. Zur offiziellen Aufführung des Theaterstücks der "Sonnenkinder" im Sommer 2015 habe ich die Förderer eingeladen. Dadurch hat sich eine persönliche Beziehung entwickelt und seitdem verfestigt.



Nach einem Studium der Öffentlichkeitsarbeit und umfassenden Erfahrungen im Bereich der Unternehmensberatung ist **Uwe Flohr** seit zehn Jahren stellvertretender Vorsitzen-

der des Vereins Hilfe für psychisch Kranke Bonn/ Rhein-Sieg.

www.hfpk.de



Verzeichnis Deutscher Stiftungen

2014 | 8., erweiterte Auflage

» Unverzichtbar für Fördersuchende und Kooperationswillige. «

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

Bände 1–3 mit CD-ROM | 279,- €* für Mitglieder: 199,- €* ISBN 978-3-941368-59-0

Bände 1–3 | 199,- €* für Mitglieder: 139,- €* ISBN 978-3-941368-60-6

CD-ROM | 199,- €* für Mitglieder: 139,- €* ISBN 978-3-941368-61-3

* Preise inkl. MwSt. zzgl. Versandkosten von 3 € bzw. 8 € (Buchausgabe Verzeichnis Deutscher Stiftungen).



Gut gerüstet

Das Bonifatiuswerk setzt auf neue Software

Transparente Spendenverwaltung ist nicht nur eine Frage der Ethik oder Teil ordentlicher Buchführung. Die passende Software erleichtert dabei viele Arbeitsschritte. Das Bonifatiuswerk der deutschen Katholiken hat das erkannt und in Zukunftsfähigkeit investiert.

Von KATJA FLOCK

Das Bonifatiuswerk in Paderborn unterstützt katholische Christen überall dort, wo sie in einer Minderheitensituation – in der Diaspora – ihren Glauben leben, beispielsweise im Baltikum und Skandinavien, aber auch in einigen Regionen Deutschlands. Die Hilfsorganisation finanziert ihre Projekte ausschließlich über Spenden und stellt diese beispielsweise für den Bau von Kirchen und Gemeindezentren, für die Kinder- und Jugendseelsorge und für sozial-karitative Jugendprojekte als Hilfe zur Selbsthilfe objekt- und projektgebunden zur Verfügung. Ein Beispiel sind die sogenannten "BONI-Busse" (Foto), mit denen in Diasporaregionen größere Distanzen überbrückt werden können. Ungefähr 600 BONI-Busse sind derzeit bundesweit im Einsatz.

Jährlich werden etwa 900 Projekte unterstützt. Dahinter stehen etwa 9000 Mitglieder und 100 000 Förderer. Die Mittel aus Zuwendungen stellt das Bonifatiuswerk als Hilfe zur Selbsthilfe in den vier Bereichen Bauhilfe, Verkehrshilfe, Kinderhilfe und Glaubenshilfe zur Verfügung.

Menschen, die sich nachhaltig und über den Tod hinaus für die katholischen Christen in der Diaspora einsetzen möchten, können sich an das Bonifatius Stiftungszentrum wenden. Es bietet verschiedene Perspektiven: Zustiftungen, Stiftungsfonds, Treuhandstiftungen und rechtsfähige Stiftungen. Weitere Möglichkeiten sind eine Schenkung, eine Erbeinsetzung oder ein Vermächtnis zugunsten des Bonifatiuswerkes. Das Stif-

tungszentrum informiert und unterstützt bei Fragen zur Testamenterstellung, individuellen Wegen im Bereich der Stiftungen und hilft ganz praktisch bei der Nachlassregelung. Mitglieder und Förderer erhalten kostenfrei das "Bonifatiusblatt" und bekommen Einladungen zu besonderen Veranstaltungen, interessanten Reisen und Exerzitien.



Zur Verwaltung der Spendengelder setzt die Hilfsorganisation seit Kurzem auf die Branchensoftware unitop von der GOB Software & Systeme. Martin Guntermann, seit 2013 Leiter der Verwaltung des Bonifatiuswerkes, hat in der Vergangenheit immer wieder negative Erfahrungen mit nicht passender Software gemacht. So kam es bei der Verarbeitung von Buchhaltungsdaten immer häufiger zu Inkonistenzen, und Daten waren häufig redundant vorhanden.

Eine andere Hilfsorganisation empfahl dem Bonifatiuswerk die GOB Software & Systeme."Wir waren zu dem Zeitpunkt noch mit zwei anderen Anbietern im Gespräch, haben uns dann aber von der ganzheitlichen Lösung unitop überzeugen lassen", so Guntermann. Dafür gab es eine Reihe überzeugender Argumente wie beispielsweise die testierte Finanzbuchhaltung, der

große Funktionsumfang, standardisierte Prozesse und eine vertraute Optik, die an Microsoft Office erinnert.

Nach einer Projektphase von nur zehn Monaten wurde die Umstellung auf die neue Software im Oktober 2015 realisiert. Die meiste Zeit beanspruchte dabei das Aufbereiten der Altdaten aus dem Vorsystem. Diese wurden aus dem alten System nach Excel exportiert, dort überarbeitet und dann ins neue System eingespielt. Dabei wurden mehr als 200 000 Kontakte und etwa 8000 Projektdaten übernommen. Das neue System deckt mittlerweile nicht nur, wie ursprünglich geplant, die Finanzbuchhaltung ab, sondern nahezu alle Funktionsbereiche im Haus, wie beispielsweise die Spenderkontaktbearbeitung, das Fundraising, das Stiftungszentrum (Großspender, Stiftungen, Schenkungen), die Projektverwaltung und die Warenwirtschaft. Die größte Herausforderung bestand darin, die Mitarbeiter für das Projekt zu gewinnen, schließlich lag die Umstellung auf das Vorsystem erst zweieinhalb Jahre zurück. Heute profitieren alle Mitarbeiter von der neuen Software. "Wichtig waren der Geschäftsleitung und den Entscheidern im Bonifatiuswerk dabei schnelle Auswertungen und Analysen, die uns bei der täglichen Arbeit unterstützen", so Guntermann. "Da wir als reines Spendenhilfswerk allein auf Spenden und Kollekten angewiesen sind, müssen wir unsere Finanzen jederzeit im Blick haben."



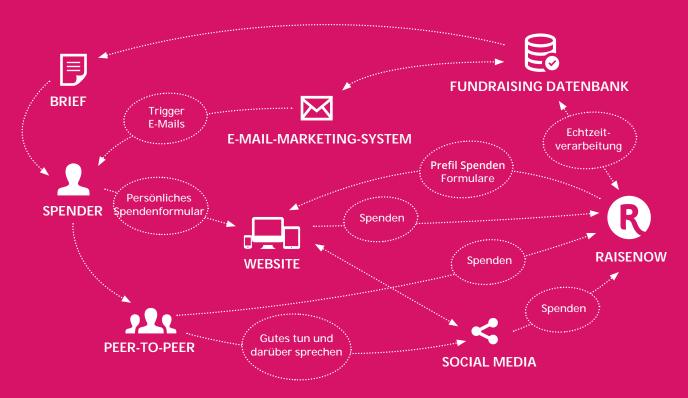
Katja Flock studierte Germanistik und unterstützt seit 2011 als leidenschaftliche Autorin das Marketing- und PR-Team der GOB Software & Systeme GmbH & Co. KG.

www.bonifatiuswerk.de

Mehr Power im Online-Fundraising

Für komplexe Probleme gibt es keine einfache Lösung - sagt man. Aber Online-Fundraising ist komplex und es gibt eine einfache Lösung! Für einen perfekten Prozess müssen alle Informationen immer und überall in Echtzeit zur Verfügung stehen und richtig

eingesetzt werden. Egal ob Website, E-Mail Marketing-Aktion oder Social Media - und natürlich unabhängig vom Endgerät. Wer diesen Prozess beherrscht wird Spenderinnen und Spender begeistern und im Online-Fundraising erfolgreich sein.



Einfach mit RaiseNow

Wir verknüpfen alle Online-Fundraising-Instrumente. Für mehr Ertrag, Effizienz und Nachvollziehbarkeit!

Geh jetzt den nächsten Schritt für mehr Power im Online-Fundraising!

Triff uns hier persönlich:

- RaiseNow Inspire! vom 28. September 2016 in Zürich anmelden unter www.raisenow.com/inspire
- Österreichischer Fundraising Kongress vom 10./11. Oktober in Wien

RaiseNow am ÖFK 16

Schweiz

RaiseNow AG Hardturmstrasse 101 8005 Zürich +41 44 533 56 15

zurich@raisenow.com

Deutschland

RaiseNow GmbH Schlesische Str. 12 10997 Berlin +49 30 555 71 73 0

berlin@raisenow.com

www.raisenow.com blog.raisenow.com

Köpfe & Karrieren

Erweiterung der Tätigkeitsbereiche



Um die Bereiche Fundraising und Kleiderspenden kümmert sich bei den Maltesern in der Diözese Münster ab sofort **Christian Schlichter**. Seit über fünf Jahren hat er bereits als Diözesanreferent unter anderem in den Bereichen Fundraising, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Mitgliederwerbung und Kleiderspenden

für die Malteser in der Diözese Paderborn gearbeitet. Nun übernimmt er auch die wichtige Arbeit der Werbung um Unterstützung für die Malteserarbeit in der Diözese Münster.

Doppelte Führungskraft





Nadine Tokar und Robin Pietschmann haben die Führung des Fundraising Center beim Kartografie-Verlag Hallwag Kümmerly + Frey AG übernommen. Nadine Tokar ist seit zwölf Jahren im Unternehmen. Robin Pietschmann

steuert, erst seit November im Unternehmen, Know-how im Bereich Betriebswirtschaft und Marketing bei. Beide eint die Leidenschaft für das Thema Fundraising und der Spaß am kreativen Arbeiten und Entwickeln von idealen Kundenlösungen.

Unterstützung der Bank für Kirche und Caritas



Tommy Piemonte ist seit Juli als Leiter Nachhaltigkeitsresearch bei der Bank für Kirche und Caritas tätig. Dort ist er für die Weiterentwicklung, operative Umsetzung und Überwachung der nachhaltigen Anlagestrategie der Bank verantwortlich. Zuvor war Piemonte Leiter der Nachhaltigkeitsratingagentur imug in

Hannover und gilt als Experte für nachhaltige Geldanlagen. Seine Erfahrungen konnte er auch als Wertpapierspezialist der Deutschen Bank bereichern.

Wechsel in die Selbstständigkeit



Seit dem Sommer ist **Bettina Charlotte Hoffmann** selbstständig unterwegs. Als Geschäftsführerin ihrer Agentur Gute Gaben gibt sie Fundraising-Seminare und arbeitet freiberuflich "hier und da" als Fundraiserin mit. Seminare gibt sie seit 2008. "Ich freue mich, nun viel mehr Zeit für meine Seminare zu haben. Ich

gebe so gern meine Leidenschaft fürs Fundraising weiter", sagt die frisch gebackene Kommunikationstrainerin und freut sich über Anfragen.



"Wir machen Medien, damit Menschen Gott kennenlernen und er ihr Leben verändert" lautet das Mission Statement der großen christlichen Medienorganisation ERF Medien e. V. mit Sitz in Wetzlar nahe Frankfurt am Main. Mehr unter www.erf.de. Für den spendenfinanzierten Verein ERF ist ein tragfähiges Unterstützer-Netzwerk zentral. Um die bestehenden Beziehungen zu Spendern zu stärken und neue Wege zu entwickeln und umzusetzen, **suchen wir einen**

Fundraiser (m/w)

Die Aufgabe

Sie übernehmen operative und strategische Aufgaben im Fundraising-Team des ERF. Dabei gestalten Sie die Fundraising-Strategie des Vereins aktiv und zukunftsorientiert mit und behalten die Zielerreichung im Blick.

Ihr Profil

- Sie bringen mehrjährige fundierte und nachgewiesene Erfahrung im Fundraising und in der Betreuung von Spendern, Förderern, Institutionen und Unternehmen mit.
- Mit Ihrer kommunikativen und kontaktfreudigen Art gehen Sie gerne auf Menschen zu und bauen tragfähige Beziehungen auf. Dabei gelingt es Ihnen, in persönlichen Begegnungen wie auch in der digitalen Welt, ganz verschiedene Netzwerke und Personengruppen zu begeistern.
- Auch in Phasen hoher Arbeitsbelastung bleibt das Lächeln in Ihrem Gesicht und Ihrer Stimme erhalten und Sie überzeugen mit Ihrer hohen Organisations- und Teamkompetenz.
- Als Fundraiser/in sind Sie nicht nur im Büro des ERF in Wetzlar, sondern auch bei Veranstaltungen mit Spendern und Unterstützern unterwegs. Die Bereitschaft zur Reisetätigkeit sowie ein PKW-Führerschein sind dafür erforderlich.
- Sie sind überzeugt von den christlichen Werten und Angeboten des ERF und leben in einer lebendigen Beziehung zu Jesus Christus.

Das Angehot

Der ERF Medien e. V. bietet Ihnen eine spannende Aufgabenstellung mit der Möglichkeit, die Zukunft im größten spendenfinanzierten christlichen Medienhaus in Deutschland mitzugestalten. Sie arbeiten in einem engagierten und unterstützenden Team, in dem ein vertrauensvolles und konstruktives Miteinander gelebt wird und gute Möglichkeiten zur persönlichen und beruflichen Weiterentwicklung geboten werden. Für die Position Fundraiser (m/w) ist zunächst eine Befristung auf zwei Jahre vorgesehen, die Vergütung erfolgt der Aufgabenstellung angemessen im Rahmen eines Haustarifs.

Ihre Bewerbung

Stephan Warsberg von Beck Management Center ist für Ihre Rückfragen gerne mobil unter +49 172 8639 310 erreichbar.

Er freut sich über Ihre Bewerbung bis 03.10.2016 unter Angabe Ihrer Gehaltsvorstellungen, bevorzugt per E-Mail an sw@beck-management-center.de.

www.beck-management-center.de.





Weiterhin Vizepräsidentin



Die SOS-Generalversammlung von 400 Delegierten aus 134 Ländern hat erneut den Inder Siddhartha Kaul zum Präsidenten und die deutsche Politikerin Gitta Trauernicht zur Vizepräsidentin gewählt. Beide stehen damit an der Spitze der Hilfsorganisation SOS-Kinderdörfer mit mehr als 33 000 Mitarbeitern.

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 redaktion@ fundraiser-magazin.de

Staffelstabübergabe



Neuer Stiftungsrats-Vorsitzender des WWF Deutschland ist seit Juli der Agrar-Ökonom Dr. Valentin von Massow. Der 59-Jährige ist dem WWF seit 1994 in verschiedenen Funktionen verbunden und sieht dessen Stärke vor allem in seinem weltweiten Netzwerk in rund 100 Ländern. Nur mit dieser internationalen Ausrichtung könne es gelingen,

die globalen Aufgaben zum Erhalt der biologischen Vielfalt der Erde anzugehen, so von Massow.

Neuer Deputy Director of Fundraising



Kevin Luximon wird neuer Deputy Director of Fundraising bei Ärzte ohne Grenzen Schweiz. Damit übernimmt er die Leitung der Fundraising-Aktivitäten der größten NGO in der Schweiz. Kevin Luximon verfügt über Erfahrung im klassischen und digitalen Fundraising sowie im Management. Zudem ist er Dozent für Fundraising an der Univer-

sität Genf und Koordinator der Swissfundraising-Erfa-Treffen in der französischsprachigen Schweiz.

Kuratoriumsleitung



Helmut Kneppe ist in den Vorstand des Vereins berufen worden und leitet seit Juli die Geschäfte des Kuratoriums Deutsche Altershilfe (KDA). Nach einer Satzungsreform im Jahr 2016 wird der Vorstand des KDA zukünftig aus drei ehrenamtlichen Mitgliedern und einem hauptamtlichen geschäftsführenden Mitglied bestehen. Damit soll

das Zusammenwirken von Haupt- und Ehrenamt verbessert werden.

Neue Geschäftsführung



Ab sofort ist Christine Sauer Geschäftsführerin der Kinderund Jugend gGmbH der Volkssolidarität Berlin. Die studierte Geophysikerin, Arbeits- und Organisationspsychologin führt nun sieben Kitas und ein Nachbarschaftszentrum in Berlin. Zuvor hat Christine Sauer bei der Naturschutzjugend im NABU und der Leuchtpol gGmbH die

Geschäfte geführt.

Kommunikationsberatung



Nina Neef hat nach ihrer Tätigkeit für die Onlinespenden-Agentur GRÜN spendino den Schritt in die Selbstständigkeit gemacht. Sie bietet nun innovative Lösungen im Bereich Design Thinking (Spenderkampagnen, Großspenderansprache, Umsatzsteigerung, Teambuilding) und unterstützt Kommunikation durch Graphic Recording für

Workshops, Vorträge und Meetings.



Kennen Sie uns schon?

Es gibt viele bunte Vögel da draußen...

Welcher passt zu Ihnen?



Erfolgreiches Fundraising mit System

Individuelle Strategien, kreative Konzepte, exzellente Kenntnis des deutschen Spendenmarktes, erfahrene Experten für Ihr Fundraising.

van Acken – mehr als nur eine Agentur.

Lernen Sie unsere "Vögel" kennen. Wir freuen uns auf Sie!



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

Dienstleisterverzeichnis

PLZ-Bereich 0

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



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

Altlockwitz 19 01257 Dresden

O125/ Dresden Telefon: +49 (0)351 87627-60 Telefax: +49 (0)351 87627-79 kontakt@spendenagentur.de www.spendenagentur.de



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 Medier Public Relations & Werbung

- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
 Spendenbriefe richtig schreiben
 Sponsoren erfolgreich ansprechen

Altlockwitz 19

- Corporate DesignEntwicklung Ihres Leitbildes
- Ganzheitliche Kommunikation
 Zeitschriften, Newsletter, Internet

Damit Ihre Spender und Sponsoren Sie richtig verstehen.

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

Fanstein GmbH

Wir bieten ein innovatives Fundraising-Kon-zept für außergewöhnliche Projektfinanzierungen. Mit dem Sponsorstein geben Sie Ihren Spendern und Unterstützern die attraktive Gelegenheit, sich für ihr finan-zielles Engagement öffentlich gewürdigt zu sehen. Der Verkauf der individuell laser-gravierten Klinker bewirkt Mehreinnahmen und Sponsorenbindung.

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

PLZ-Bereich 1

Institut für Kommunikation in sozialen Medien

ikosom 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 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 wii

- ausschließlich für NGOs und bieten
 Beratung zum Auf- und Ausbau von
 Telefon-Fundraisingmaßnahmen.
 Durchführung von Telefonkampagnen (Outbound- und Inbound)
- Beratung zum Aufbau eigener
- "Telefon-Lösungen"
- Seminare/Schulungen für haupt- und ehrenamtliche Mitarbeiter

Boxhagener Straße 119 10245 Berlin Telefon: +49 (0)30 232553000 Telefax: +49 (0)30 232553020 berlin@spendenhilfsdienst.de www.spendenhilfsdienst.de

FRC Spenden Manufaktur GmbH

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

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

AKB Fundraisingberatung Arne Kasten

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

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

micropayment GmbH

micropayment umbh 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

Gesellschaft für Direktmarketing mbH
Die Direktmarketing-Agentur mit eigenem
Lettershop. Speziell für NPO: Mailings zur
Spenderbindung, Upgrading, Reaktivierung inaktiver Spender, Neuspendermailings, Versand von Zuwendungsbestätigungen, Förderzeitung - Konzept und Idee

- Adressen
- EDV-Service
- Druck
- Personalisierung
 Bildpersonalisierung
- Handschriften Lettershop

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

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

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 VeranstaltungenVermittlung eines Kooperationspartners
- Vermittlung eines Kooperationspartners für Nachlass-Abwicklung
 Herausgeber von Regionalverzeichnissen Wir beraten und unterstützen Sie gerne mit Herz, Verstand und Feingefühl!

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

www.nachlass-fundraising.de

probono berlin GmbH

probono berlin unterstützt Akteure des ge-sellschaftlichen Wandels – gemeinnützige Organisationen und Unternehmen, die sich Organisationen und Unternenmen, die sich zum Wohle der Gesellschaft engagieren. Wir kommunizieren gesellschaftliche The-men und beraten in den Bereichen Fundrai-sing-Strategie, Organisationsentwicklung, Markenkommunikation und Geldauflagen-marketing.

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

emcra GmbH - Europa aktiv nutzen

emcra ist eines der führenden Weiter-bildungs- und Beratungsunternehmen rund um europäische und nationale Fördermittel. - Zertifizierte Weiterbildungen für erfolgrei-

- che 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

GRÜN spendino

Ihr Partner für Online-Fundraising, Social Media- und SMS-Fundraising. Mehr Spenden! Weniger Arbeit.

- Memi speniuem Weniger Arbeit. Spendenlösungen: Spendenbutton, Spendenformular, Spendenwidget, Hilfeleiste, Facebook App SMS-Spenden Spendenwerwaltung, Statistiken, Spenden-

- belege, 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 gemeinnüt-zeige Arbeit. Für jeden Euro spendino-Kosten erhalten Organisationen im Schnitt 11,50 Euro Spenden.

Zuverlässia:

10 Spenden in der Sekunde, 300 000 Euro an einem Tag, 14 Millionen Seitenaufrufe pro Stunde. spendino ist einfach verlässlich. Kostenlose Beratung: 0800/0044533

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

www.gruen.net/spendino

PLZ-Bereich 2

Bauer Vertriebs KG

BAUER POSTAL NETWORK

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

SPENDEN-MÜNZEN • PINS • BUTTONS



PinSource GmbH Hamburg | Wir prägen – Ihre Charity Promotionsartikel

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

Nartenstraße 19 Telefon: +49 (o)4o 2o933488 Telefon: +49 (o)4o 2o933488 Telefax: +49 (o)4o 386858-17 charity@pinsource.eu www.pinsource.eu/charity

PP Business Protection GmbH

Versicherungsmakler für beratende Berufe und Mangement, ein Unternehmen der Ecclesia-Gruppe

PP Business Protection GmbH Ihr Spezialberater für Versicherungen des Managements

- D&O Versicherung
 Vermögensschaden-Haftpflichtversicheruna
- versicherung
 Rahmenvertrag für Stiftungen (Bundes-verband dt. Stiftungen), Verbände (DGVM)
 Spezial-Strafrechtsschutz-Versicherung
 Vertrauensschaden-Versicherung

- Anstellungsvertragsrechtschutz-Versicherung

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

Koopmanndruck GmbH

Wie generieren Sie Ihre Spender? Mit unserem kreativen Endlosdruck schaffen wir Ihnen die ideale Kombination zwischen einem Brief/Zahlschein und einem Give away oder Gimmick. Über die Standards hinaus, bieten wir eine Weiterverarbeitung mit Lamina-ten, 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

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

Gesellschaft für Direktmarketing mbH
Die Direktmarketing-Agentur mit eigenem
Lettershop. Speziell für NPO: Mailings zur
Spenderbindung, Upgrading, Reaktivierung
inaktiver Spender, Neuspendermailings,
Versand von Zuwendungsbestätigungen,

- Förderzeitung Konzept und Idee
- Adressen
- EDV-Service Druck
- Personalisierung
 Bildpersonalisierung
- Handschriften Lettershop

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

Ausschläger Allee 178 Ausstriager Allee 176 20539 Hamburg Telefon: +49 (0)40 2378600 Telefax: +49 (0)40 23786060 service@directpunkt.de www.directpunkt.de

stehli software dataworks GmbH Die Komplettlösung für Fundraiser

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

Kaiserstraße 18

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

www.stehli.de

service94 GmbH

Dienstleistungen im Bereich Fundraising seit 1984:

- Promotion und Öffentlichkeitsarbeit an Informationsständen
- Mitgliederwerbung

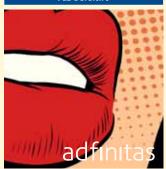
Leistungen außerhalb des Fundraisings:
- Mitgliederverwaltung
- Call-Center

- Mailings - Pressearbeit

Zu unseren Kunden gehören bundesweit namhafte Vereine und Verbände.

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

PLZ-Bereich 3



adfinitas GmbH

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

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

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

moch besser immer eigentüchen Aufgüben widmen kömnen! Mit professionell gemanagten Daten verbes-sern Sie den Kontakt zu Ihren Förderern. Die Folge sind weniger Austritte, höhere Einnahmen und eine bessere Kommunikation.

Raiffeisenstraße 2

30938 Burgwedel Telefon: +49 (0)5139 402-300 Telefax: +49 (0)5139 402-333 info@komserv-gmbh.de www.komserv-gmbh.de

AZ fundraising services GmbH & Co. KG

- Über 25 Jahre Fundraising-Erfahrung Psychografische Spenderanalyse

- Fsychografische Spenderanalyse
 Themenaffine Zielgruppenadressen
 Zuverlässige Datenpflege
 Spendenaffines Online-Marketing
 Partnerschaftliches Kooperationsmarketing
 Effiziente Werbemittelproduktion
 DDV-Qualitätssiegel für Datenverarbeitung,
 Adressverlag und Listbroking.

Carl-Bertelsmann-Straße 161S 33311 Gütersloh

3331 Gateland Telefon: +49 (0)5241 802864 Telefax: +49 (0)5241 806094 dirk.langnau@bertelsmann.de www.az-fundraising.com

Dialogstiften Anette Bauscher Agentur für Spenderkommunikation Dialogstiften berät – mit 20 Jahren Erfah-rung – NGOs und Missionare individuell rung – NGUS una MISSIONARE MAIVIAUEII oder durch Seminare und Workshops rund um die Spenderbindung, erstellt Kommunikationskonzepte, bietet Feedback und Lektorat für Spendenbriefe, -flyer und Dankbriefe und übernimmt Ihre Korrespondenz. Persönlich, authentisch und motivierend. Fragen Sie unverbindlich an!

Postfach 1113

35599 Solms Telefon: +49 (0)6442 220132 Telefax: +49 (0)6442 9537692 info@dialogstiffen.de www.dialogstiften.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 dialogstarke werbeinstrumente zum Alt der Fundraiser. Entdecken Sie mit uns die Möglichkeiten der Spenderbindung und -rückgewinnung und finden Sie die Top-Spender von morgen!

Hellersbergstraße 11 41460 Neuss

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 Respons

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

41404 Necuss 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 sachge-recht 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 Adintegreren soj wareissung: von der Ad-resse 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 Postrach 102911 44029 Dortmund Telefon: +49 (0)231 1829 3-0 Telefax: +49 (0)231 1829 3-15 info@optigem.com www.optigem.com

Benefit Informationssysteme AG

OpenHearts unterstützt alle zentralen Openheurs und kleiner Non-Profit-Orga-nisationen 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-Lastschrift

verfahren - 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

Ihr Unternehmen fehlt hier noch? Gleich eintragen unter:

fundraising-dienstleister.de

Maik Meid

Fundraising & Digitale Kommunikation ldeen 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 gemein-
- nützige Organisationen Social Media Aufbau und Weiter-

- entwicklung Medienbeobachtung über alle Kanäle

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

eliteONE®

- Großspenderpotentialanalysen
- Projektmanagement
 Internationale Adress-Database
- Neuspender-AdressenMarketing & 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 (o)676 7710707 georg.duit@fundoffice.at www.fundoffice.at

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

fundamente

seit 2006 die Experten für Fundraising im Ruhrgebiet

- Fundraising von A wie Analyse bis Z wie Zielgruppe Coaching und individuelle Beratung
- Höhere Spendeneinnahmen, treue Unter-stützerInnen und mehr öffentliche Präsenz durch:
- · kompetente Beratung,
- kreative Workshops
 gefühlvolle Kommunikation
 sensible Prozessbegleitung
- vertrauliche Planung
 strategische Positionierung

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

van Acken Fundraising GmbH Dienstleistung im Fundraising seit 1975

Wir bieten:

- Strategie (Markforschung, Konzeptentwicklung, Adressauswahl, Erfolgskontrolle)
 Projektmanagement (Beratung, Koordinati-
- on, Terminplanung, Etatüberwachung) Produktion (Druck, Personalisierung, Letter-

- shop, Postversand)

 Print- und Außenwerbung

 Direktkommunikation (Mailings, Beilagen, telefonische Spenderbetreuung)
- Markenbildung
 Internet (Online-Marketing, Social Media) Magdeburger Straße 5

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

HP-FundConsult -

Brücke zwischen Profit und Non-Profit

Partner und Bindeglied zwischen gemein-nützigen Organisationen, Wirtschaftsun-ternehmen und Privatpersonen

Kompetenter Partner bei Fundraising- und CSR-Prozessen für Non-Profit- und Profit-Kunden. Beratung bei Entwicklung, Aufbau und Umsetzung von nachhaltigem Fund-raising und gesellschaftlichem Engagement. Integration in unternehmerisches Kernge-schäft. 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



1 Fundraisinglösung

GOB Software & Systeme

GOB ist weltweit einer der größten Micro-soft Partner im Non-Profit-Sektor und Markt-führer von Fundraising-Software in Deutsch-Jand. Mit über 250 Mitarbeitern unter-stützen wir Sie mit ausgezeichnetem Bera-tungs-Know-how und Support bei der er-folgreichen Implementierung Ihres Software-Projektes.

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

PLZ-Bereich 5

fundango GmbHDie 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 Fundrai-singkampagnen und -maβnahmen | Gewin-nung von Neu- oder Dauerspenden | Reak-tivierung von Inaktiven | Testamentsspenden | Aktivierung Ehrenamtlicher | Konzept, Text, Grafik und Produktion von Materiali-en | Internetauftritt, Newsletter, Social-Media | Events | Sponsoren und Unternehmens-kooperationen | 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 Herausforde-rungen Ihrer Spenderkommunikation an – nungen mer spenaerkommunikation an – bis Sie es selbst können. GOLDWIND ist "Hilfe zur Selbsthilfe". Schwerpunkte: Spenderansprache, Spender-bindung

- · Beratung & Strategie
- Spenderbefragungen Mitarbeiterentwicklung (Seminare, Trainings)

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

Trebbau direct media

Sie suchen nach neuen Spendern oder nach einem Lettershop für Ihre Mailings? Trebbau direct media ist eine Dialogmarketing-Agen-tur mit den Schwerpunkten Listbroking, Datenverarbeitung, Media, Online, Lettershop und Print Management. Zahlreiche Non-Profit-Organisationen sind schon seit vielen Jah-ren 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 | Frantaing | Internationalists | Internationalists | EU-Förderung | Fundraising-Starterpaket |
Großspenden | Stiftungen | Sponsoring |
Philanthropie in China

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

Deutscher Spendenhilfsdienst -DSH GmbH

"Wir sprechen mit Erfahrung" Seit über 10 Jahren telefonieren wir

- sen uber in Jamen Leigenieren wir ausschließlich für NGOs und bieten Beratung zum Auf- und Ausbau von Telefon-Fundraisingmaßnahmen. Durchführung von Telefonkampagnen (Outbound- und Inbound)
- Beratung zum Aufbau eigenei "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

> Ihr Unternehmen fehlt hier noch? Gleich eintragen unter:

fundraising-dienstleister.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 Erb-schafts- und Stiftungsmarketing.

Alpenerstraße 16 50825 Köln

Telefon: +49 (0)221 484908-0 Telefax: +49 (0)221 484908-50 welcome@fundraising-profile.de www.fundraising-profile.de

ifunds germany GmbH

Wir von ifunds sind Spezialisten für Daten im Fundraising. Wir vertreiben Fundraisingsoftware, Datenservices und Beratungs-leistungen 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

Tologa Köln
Telefon: +49 (0)221 6699520
Telefax: +49 (0)221 66995299
info@ifunds-germany.de
www.ifunds-germany.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 verknüp-fen gängige Vorgehensweisen (Fundraising-maßnahmen und -instrumente) mit systemischen Kompetenzen in der Organisations-beratung und -entwicklung.

Theaterstraße 15

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

GRÜN Software AG

GRUN SOTTWATE 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.aruen.net

Bergmoser + Höller Agentur GmbH

Fundraising-Agentur der ersten Stunde Fundraising-Agentur mit Sitz in Aachen und Büro in München. Mit 12 Köpfen una bato in mulcieni. Mil 12 kupjen machen wir systematisches und nach-haltiges Fundraising: seit 35 Jahren, in ganz Deutschland, mit allen Instrumenten, auch online für - Kirche, Caritas und Diakonie

- NGOs und Hilfsorganisationen
 Stiftungen und Verbände
- Gesundheit und Soziales und gerne auch für Sie! :-)

Karl-Friedrich-Straße 74

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

SYSTOPIA Organisationsberatung Von der Ist-Analyse über Konzeptentwick-lung bis zu Migration und Anpassung – wir sind die Experten für CiviCRM. Features der Software:

- Kontakthistorie, SegmentierungSpendenverwaltung, 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 Refe-rent 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:

- FörderberatungStrategieentwicklungFördermittelrecherche
- Projektplanung und -entwicklung
- Antragstellung
- Kontaktpflege Training und Coaching
- ProjektmanagementPrüfung von Projektanträgen

Postfach 3211 - 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 Umset-zung bis zur Erfolgskontrolle – als Einzelleistung oder umfassend. Agenturmotto: Innovation, Zuverlässigkeit

und Transparenz. Nutzen: 30 Jahre Fundraising-Praxis; Grün-

der/Mitglied des SynTrust-Netzwerkes von neun Fundraising-Spezialisten für ganzheitliches Fundraising.

Antoniusstraße 2 · 3547 Kasbach-Ohlenberg Telefon: +49 (0)2644 600-874 Telefax: +49 (0)2644 600-828 j.grosse@trustfundraising.de www.trustfundraising.de

GFS Fundraising Solutions GmbH

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

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

Kensik.com Datenanalysen. Dipl.-Psych. Andreas Kensik

Seit 20 Jahren Analysespezialist und unabhängiger Berater im Fundraising und Dialogmarketing

- Spenderanalysen und -profile: Gewinnung,
- Spendertandysen und -profile: Gewinner
 Spenderbefragung und Motivforschung
 Strategische Fundraisingkonzepte
 Softwareentwicklung & Schulung: Inter-
- aktive 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

Andreas Berg Analyse · Beratung · Strategie Als unabhängiger Berater mit 16 Jahren Fundraising-Erfahrung stehe ich NPOs zur Seite mit

www.kensik.com

- Seite mit
 Spenderanalysen,
 Fundraising-Audits,
 Marktforschung,
 Strategieberatung und

 Database-Fundraising
 Im Grunde bin ich ein Dolmetscher – zwischen Fundraisern und Ihren Daten eben so wie zwischen Fundraisern und Ihren Zielgruppen.

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

PLZ-Bereich 6

faktor

Die Social Profit Agentur GmbH Wir machen Ihre Marke stark und gewinnen für Ihre Organisation Spender, Besucher, Mitarbeiter, Mitglieder und Engagierte. Unser Know-how:

- Entwicklung von Kommunikations- und Fundraisingstrategien

- Re-Brandings
 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 Stu-diengang zum Fundraising-Manager, eine Ausbildung zum Regionalreferent Fundrai-sing, Grundlagenkurse und Inhouse-Semina re. Gerne vermitteln wir Ihnen auch ausaewiesene Referentinnen und Referenten zum Thema Fundraising.

Emil-von-Behring-Straße 3 60439 Frankfurt Telefon: +49 (0)69 58098-124 Telefax: +49 (0)69 58098-271 info@fundraisingakademie.de www.fundraisingakademie.de

Agentur Zielgenau GmbH

Unser Fokus liegt auf der Entwicklung & Umsetzung individueller Konzepte. Dabei bieten wir umfassende Leistungen in folgenden Bereichen:

- Fundraising
- Marketing
- Beratung Spenderbetreuung
- Geschäftsstelle

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

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

Scharrer Social Marketing

- Konzepte und Beratung Gestaltung und Produktion
- Mailings, auch in großen Auflagen
 Zielgruppen-Beratung
- glaubwürdige Kommunikation steht bei uns im Vordergrund

Römerstraße 41 63785 Obernburg

Telefon: +49 (0)6022 710930 Telefax: +49 (0)6022 710931 scharrer@socialmarketing.de www.socialmarketing.de



Neue Generation **ENTERBRAIN 2.0**

schneller · moderner · einfacher · sicher

<u> Weitere Leistungen:</u> Rechenzentrum · Outsourcing ASP-Lösungen und Consulting www.enterbrain.ag

ENTERBRAIN Software AG

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

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

Röntgenstraße 4

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

GEMINI DIRECT marketing solutions GmbH

- marketing solutions umori 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

Telefon: +49 (0)6126 95196-10 Telefax: +49 (0)6126 95196-29 mail@geminidirect.de www.aeminidirect.de

Centrum für Soziale Investitionen und Innovationen, Universität Heidelberg

nnovationen, 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
Ahteilung Beratung als Dienstleitung zus Abteilung Beratung als Dienstleistung zur Verfügung.

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

PLZ-Bereich 7

pb direkt Praun, Binder und Partner GmbH IT-Service im Fundraising und Direktmar-

keting 20 Jahre Fundraising-Erfahung mit über

- 50 Spendenorganisationen als Kunden.
 Scoring und DataMining
 Druckfertige Mailingaufbereitung
 Adresskorrektur, -prüfung und -aktualisierung
- Umzugs-, Verstorbenen- und Unzustellbar-keitsprüfung
- Responseverarbeitung
 CRM-Datenbanken, Spenderverwaltung

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

Arnold, Demmerer & Partner

25 Jahre Fundraising-Erfahrung für Ihren

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

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

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

a+s DialogGroup GmbHFullservice-Dienstleister

für Dialogmarketing Als Spezialist für Adressmanagement, Infornations- und Produktionsservices unterstüt-zen wir Sie bei Neuspendergewinnung per Post, Telefon- und Onlinemarketing. Erschlie-ßen Sie sich mit unseren exklusiven Spenderadressen neue Förderpotenziale durch zielgruppengenaue Ansprache. Profitieren Sie von unserer langjährigen Erfahrung im Fundraisingbereich!

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

faktor

Die Social Profit Agentur GmbH Wir machen Ihre Marke stark und gewinnen für Ihre Organisation Spender, Besucher, Mitarbeiter, Mitglieder und Engagierte. Unser Know-how:

- 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

"1% Response reicht einfach nicht!"

Neuspendermailings, die sich für Sie rechnen.



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

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

Postfach 102133 78421 Konstanz

76421 KORSTATI Telefon: +49 (0)7531 282180 Telefax: +49 (0)7531 282179 post@bussgeld-fundraising.de www.bussgeld-fundraising.de

PLZ-Bereich 8

Brakeley GmbHFundraising & Management Consultants Brakeley, 1919 in den USA gegründet, ist eine erfahrene internationale Fundraisina-Beratung. Wir helfen gemeinnützigen Orga-nisationen insbesondere im Großspenden-Fundraising. Dazu vereinen die deutschspra-chigen 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 Ros38 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 Part-ner 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 Er-folg – offen, authentisch, konsequent.

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

SCHÖNER SPENDEN

Eine Idee der Allplast GmbH

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

- Spendendosen
- SpendenboxenSpendenteller
- Spendenhäuser
 Spendensäulen
- und Pfandmarkenboxen aus hochwertigem Acryl.

SCHÖNER SPENDEN ist selbst Hersteller und bietet auf Wunsch auch Sonderanfertigun-

gen an. Neurieder Straße 8

Telefon: +49 (o)89 86487446
Telefax: +49 (o)89 86487447
vertrieb@schoener-spenden.de



TeleDialog GmbH

Telefon-Fundraising: seit vielen Jahren aus-schließlich 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

baseaIT AG

In langjähriger Zusammenarbeit mit Stif-tungen und Spendenorganisationen entwi-ckelt base4IT modulare, flexibel anpassbare Software-Lösungen zur Optimierung sämtlicher Stiftungsprozesse.

Leistungsspektrum (Auszug): - Kontaktverwaltung/CRM - Kampagnen

- SpendenmanagementDokumentenverwaltung
- Förderprojekte / operative Projekte
 Rechnungswesen

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

FundraisingBox

c/o Wikando GmbH

Die FundraisingBox ist ein Online-Arbeits-platz für gemeinnützige Organisationen, um erfolgreich Spenden zu sammeln, zent-ral Kontakte zu verwalten und optimal im Team zusammen zu arbeiten. Von Spenden-formular, Facebook-App, Charity-Shop, kom-pletter Paymentabwicklung, eigenen Fund-raising-Anwendungen bis hin zur Integra-tion in bestehende Systeme.

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

Boese ConsultingJährlich vertrauen zahlreiche NonprofitOrganisationen im Bereich der telefonischen Mitgliederbetreuung und Öffentlichkeitsar-beit auf die Qualität unseres Unternehmens. Sichern auch Sie Ihren stetigen Zufluss finan-zieller Mittel und Aktualisierung Ihrer Mitgliederdaten durch eine Zusammenar-

Herzog-Georg-Straße 29 89415 Lauingen Telefon: +49 (0)9072 95370 Telefax: +49 (0)9072 953716 info@boese-consulting.de www.boese-consulting.de

direct.

Gesellschaft für Dialogmarketing mbH

Die Direktmarketing-Agentur mit eigenem Lettershop. Speziell für NPO: Mailings zur Spenderbindung, Upgrading, Reaktivierung inaktiver Spender, Neuspendermailings, Versand von Zuwendungsbestätigungen, Förderzeitung - Konzept und Idee

- Adressen EDV-Service
- Druck Personalisierung
- Bildpersonalisierung
- Handschriften - Lettershop
- Fulfillment

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

Gewerbering 12

Responsible 12 Respon www.directpunkt.de

PLZ-Bereich 9

Förderlotse T. Schmotz

Fördermittel für gemeinützige 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
- StrategieentwicklungAufbau 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



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 (o)1 893 95 58-0 Telefax: +43 (o)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
- schaften Qualifizierte Agents sprechen sensibel und authentisch
- Innovationen wie SMS-Spende

Technologiestraße 8/3, Postfach 207

Technologiestrale 8/3, Postraci 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 (o)1 6023912-0 Telefax: +43 (o)1 6023912-33 office@directmind.at www.directmind.at

atms Telefon- und Marketing

atms ist der einzige österreichische Telekom-netzbetreiber, der sich rein auf Kundendia-loglösungen spezialisiert hat. In diesem Zusammenhang bietet atms mobile Fundraisinalösunaen an, die eine Spendenrufnumsingiosungen an, ale eine spenaenrujnum-mer, den 24/7-Betrieb der Spendenplattform und Online-Schnittstellen für die Abwick-lung 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

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 gemeinnützi-gen Kunden entwickeln wir innovative Ideen und Strategien, die einen spürbaren Wettbewerbsvorteil verschaffen und das Spendener-gebnis 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 aerau 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 Manage-ment. Gehen Sie mit uns neue Wege! In Zu sammenarbeit mit Ihnen stellen wir Ihre Or-ganisation, Ihre Stiftung oder Ihr Projekt auf eine finanziell und strukturell sichere Basis. Wir beraten Sie gerne!

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

StiftunaSchweiz.ch

Die Schweizer Stiftungsplattform Suchen Sie Stiftungen in der Schweiz? StiftungSchweiz.ch ist eine webbasierte Applikatungschweizen ist eine weebussierte Appirka-tion, auf welcher alle rund 13.000 Schweizer Stiftungen zu finden sind. Die Plattform ist ein Instrument für alle Fundraiser, Gesuch-steller, Stifter, Stiftungsräte, Anwälte, Notare, Treuhänder, Behörden und Forschende. Ver-schiedene Leistungspakete sind verfügbar.

Rittergasse 35 4051 Basel Telefon: +41 (0)61 278 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 Leistungsport folio 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

E-Services für NPOs Wir erstellen für NPOs erfolgreiche elektronische Auftritte. Auf Smartphones, Tablets oder Workstations.

- Innovative E-Payment- und SMS-Spenden-Lösungen.
- Web-CMS-Lösung "Easy Web" mit integrier-tem E-Mail-Marketing und E-Payment zum monatlichen Fixpreis.

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

Corris AG

Corris ist eine 1995 gegründete Agentur für nachhaltiges Spendenmarketing. Von unseren Büros in Zürich, Bern, Lausanne und Bel-linzona aus organisieren und realisieren wir Fundraising-Kampagnen in der ganzen Schweiz – mit Hilfe modernster Tablet-Com-

puter und 3D-Datenbrillen. Non-Profit-Organisationen erhalten bei Corris alles aus einer Hand: Beratung, Standak-tionen (Face2Face), Haustür-Werbung (Door-2Door), Datenverwaltung, Callcenter und

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

ANT-Informatik AG

Nonprofit-Branchenlösung

Die ANT-Informatik wurde 1991 gegründet DIE ANT-INJORMATIK Wurde 1991 gegrund 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 kollekjanitate unterstutzt une bereitite des konek-tiven und individuellen Fundraisings, optio-nal auch den Versandhandel. Es wird beim Kunden installiert oder als SaaS-Angebot ge-nutzt, 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 Sinitalstrasse 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 Jahrer 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

- 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

comconsult

Zuverlässiger Outsourcing-Partner für al-le 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

Deisrütistrasse 11 8472 Seuzach Telefon: +41 (0)52 3201040 Telefax: +41 (0)52 3201050 info@com-consult.ch www.com-consult.ch

Walter Schmid AG

Die beste Adresse für Adressen Die Walter Schmid AG gehört zu den führen-den Adressen-Anbieter in der Schweiz. Als profunde Kenner des Schweizer Spendenmarktes erwarten unsere Kunden erfolgrei-che Marktbearbeitungs-Konzepte und Ziel-gruppenvorschläge sowie Unterstützung bei der Pflege und Bewirtschaftung der eigenen Gönnerdaten. Für die Neuspendergewin-nung steht Ihnen unsere exklusive "Swiss-Fund" Adressen-Datenbank zur Verfügung.

Auenstrasse 10 8600 Dübendorf Telefax: +41 (0)44 8026000 Telefax: +41 (0)44 8026010 info@wsag.ch www.wsaq.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 Adresspflege: - Strategische Fundraising-Planung - Mailing-Konzepte und Marketing-Mix

- Spendergewinnung, -bindung und -upgra-
- ding Spenderbefragungen
- Major Donor Fundraising
 Legatmarketing

Alte Landstrasse 139 8800 Thalwil Telefon: +41 (0)43 3883141 Telefax: +41 (0)43 3883151 info@asm-cc.ch www.asm-cc.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 An-forderungen 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 pro-fessionellen Softwarelösungen und datenbankgestützen Informationen bietet seit 30 Jahren NPOs auf der ganzen Welt eine ausgereifte und umfassende Branchenlösung an, die alle Aspekte von der Spendergewin-nung 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 Stan-dard-Softwarelösungen für alle Bereiche des Büroorganisations-Managements sowie Branchenlösungen für Non-Profit-Orga-nisationen, Verbände, Gewerkschaften, Parteien, Verlage, Beraterfirmen, Softwareher-steller, 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

> Im Dienstleisterverzeichnis des Fundraiser-Magazins finden Sie Rat und Tat für Ihre Projekte rund um die Themen Fundraising, Stiftungen & Sponsoring.

Ihr Unternehmen fehlt hier noch? Gleich eintragen unter:

fundraising-dienstleister.de

Mandate von Stiftungen



Das Hamburger Bürogebäude "Berliner Bogen" ist eins von fünf Büro- und Geschäftshäusern, welche künftig die Competo Capital Partners GmbH aus München betreut. Das Investment- und Asset-Management-Unternehmen wurde hierfür von der Körber-Stiftung beauftragt. Somit betreut Competo die Büroimmobilien der Körber-Stiftung in Hamburg und München. Weitere Mandate erhielt das Unternehmen auch von der Software AG – Stiftung für die Betreuung von drei Büroimmobilien sowie einem Parkhaus in Süddeutschland.

www.competo-cp.de

Zusätzliche Hilfen für NGOs

Strategische Partnerschaften bringen weitere Features in die OnGood-Community

Das Internet-Unternehmen Public Interest Registry (PIR) verwaltet die .org, .ngo und .ong Domains. Mit .ngo und .ong Domains können validierte Nicht-Regierungs-Organisationen (NGO) eine Profilseite in der globalen NGO-Community von OnGood erstellen – einer Online-Community, um Aufmerksamkeit zu generieren, Spenden zu sammeln und Partner zu finden.

Um neue Spendenmöglichkeiten für NGOs zu schaffen, hat PIR nun Partnerschaften mit Global Giving und mit dem Network for Good geschlossen. Dadurch können Inhaber von Domains mit den Endungen .ngo und .ong auch

Widgets für GlobalGiving und Network for Good anzeigen lassen, die zu den Partnerdiensten verlinken und zusätzliche Spenden ermöglichen. NGOs, die die Giving Widgets von GlobalGiving und Network for Good nutzen, profitieren laut PIR vom Zugriff auf deren umfangreiche Nonprofit- und Spender-Netzwerke sowie von zusätzlichen Ressourcen, mit denen sie ihre Initiativen und Projekte besser vermitteln können. PIR wurde 2002 von der Internet Society gegründet und hat ihren Sitz in Reston, Virginia (USA).

- ▶ www.ongood.ngo
- ▶ www.internetsociety.org

MEINE MEINUNG

"Die Möglichkeiten für Fundraiser und Spender haben sich gewandelt"

Ein Kommentar von PAUL STADELHOFER



Innovations-Potenzial zeigt sich entweder in der Marktforschung oder in der Analyse verfügbarer Ressourcen. Zum Markt: Do-

minante Fundraising-Instrumente lassen sich momentan fast an einer Hand abzählen, etliche Chancen verpassen wir sehenden Auges, und Heerschaaren an Experten verfolgen Strohfeuer, als wollten sie wie Motten ins Licht

Doch mal ehrlich: Wer Hypes wie der Ice-Bucket-Challenge nachstellt, kommt nie der Originalität von Newcomern nahe. Denken wir nur an die früheren Pop-Chart-Charity-Könige. Deren mediales Engagement war vor 30 Jahren seltsam und wird in der Jetztzeit mit Recht gebasht. Warum? Ihre Inszenierung wurde zur Farce, seitdem sich die Möglichkeiten für Fundraiser und Spender rapide gewandelt haben.

Zu den Ressourcen: Neue Arten der Projektgestaltung und Zusammenarbeit ergeben sich massenhaft aus der Digitalisierung unseres Alltags und liegen als "Stranded Assets" längst bereit. Trotz träger Institutionen bietet das 21. Jahrhundert also gute Aussichten für First-Mover und Trend-Surfer aus dem Freak-Königreich. Vordenker wie sie erscheinen nie als Champions in Markterhebungen – wenn doch, sind sie per Definition nicht innovativ.

Gerade deshalb: Mut im Wandel! Das Lehrgeld hat sich für Neuerer schnell gezahlt, aber das Umsteuern von Flagschiffen braucht mehr als eine geölte Spenden-Maschinerie, die jenseits der Belastungsgrenze dröhnt.

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

Kurzgefasst...

Förderung für Prototypen

Das deutsche Bundesministerium für Bildung und Forschung startet mit der Open Knowledge Foundation Deutschland einen Prototype Fund. 1,2 Millionen Euro werden für die Entwicklung gemeinnütziger Open-Source-Projekte bereitgestellt. Erfolgreiche Bewerber erhalten 30000 Euro, Coachings und Networking-Chancen. Bewerbungsschluss: 30. September 2016.

▶ www.prototypefund.de

Impact Investing: 20 Millionen Euro verfügbar

Die BonVenture Management GmbH gab im Juli den Zeichnungsschluss für den Fonds BonVenture III bekannt. 20 Millionen Euro stehen damit für die Unterstützung von Sozialunternehmen bereit, die soziale oder ökologische Probleme lösen wollen. Noch bis Mitte Oktober bleibt BonVenture III für Investoren offen. Die ersten Investments wurden schon getätigt.

▶ www.bonventure.de

Gratis Recruiting für NGOs – made in Switzerland

Der schweizerische Technologie-Anbieter Jacando will seine Bewerbermanagement-Tools gemeinnützigen Organisationen kostenlos zur Verfügung stellen. Der Recruiting-Prozess in gemeinnützigen Organisationen soll über die Tools einfacher und schneller verlaufen. Bewerben können sich Organisationen mit bis zu 100 Mitarbeitern und eigener Webseite.

▶ www.social.jacando.com

Spendenportal für kirchliche Einrichtungen

Die Darlehenskasse Münster EG, eine Spezialbank für katholisch-kirchliche Einrichtungen, hat ein eigenes Spendenportal. Die Nutzung des Portals ist kostenlos und Gebühren fallen nur bei Online-Spenden und Transaktionen an. Verfügbar ist das Portal für Bistümer, Kirchengemeinden, Ordensgemeinschaften und Caritasverbände mit Girokonto bei der Bank.

▶ www.dkm-spendenportal.de

Fundraising-Software mit Ehrenamtsverwaltung

Die Enterbrain Software AG hat das Familienunternehmen IBA Dienstleistung übernommen. Deren Software Social Scout wird zur Verwaltung von Ehrenamt und Freiwilligendiensten in die Fundraising-Software Enterbrain 2.0 eingebunden. Mit der Übernahme der Mitarbeiter von IBA Dienstleistung hat Enterbrain das nötige Know-how für die Praxis erworben.

www.enterbrain.ag

Die besten PR-Bilder



Als der DRK-Landesverband Sachsen e. V. beim Einsatz auf der Insel Lesbos war, brachte Pressesprecher Kai Kranich den Friedhof an Rettungswesten und Schiffswracks aufs Bild. Beim PR Bild Award von News Aktuell hat es das Bild in der Kategorie NGO-Foto auf die Shortlist geschafft. Bis Mitte Oktober steht es mit zehn weiteren Motiven in seiner Kategorie zum Online-Voting bereit. Die Preisverleihung ist am 3. November in Hamburg.

▶ www.pr-bild-award.de

Pubertät überstanden

Untersuchung zur Etablierung von sozialen Medien in Agenturen und Unternehmen

Wie hat sich die Nutzung sozialer Medien bei Bloggern, Unternehmen und Agenturen entwickelt? Antworten liefert die Social-Media-Studie 2016 vom Blog2Social-Team der Adenion GmbH. Ergebnis: 87,1 Prozent der Unternehmen nutzen soziale Medien, 62,1 Prozent betreiben Corporate Blogs, und etliche kombinieren verschiedene Netzwerke: 64,1 Prozent sind auf 2 bis 5 Netzwerken aktiv. Im weltweiten Vergleich sind Facebook, LinkedIn und Twitter die meistgenutzten Plattformen. In Deutschland sind Twitter und Xing an zweiter und dritter Stelle. Der Kurznachrichtendienst Twitter wird – so passt es in den Alltag – vornehmlich tagsüber genutzt, zeitintensivere Blogging-Plattformen wie Tumblr eher abends. Grundlage der Erhebung ist eine Befragung von rund 3000 Kommunikationsprofis in den Jahren 2012 und 2015. Resultat: Social Media wurde erwachsen und hat einen Arbeitsplatz in der Unternehmenskommunikation. Das vollständige Paper gibt es gratis zum Download.

www.blog2social.com/de/blog/social-media-studie



Die Fundraising-Branche in Bewegung

Zehn Jahre Entwicklung: Neue Instrumente, neue Fachbereiche, neues Niveau

Viele Fundraiser in Europa teilen eine Meinung: Technologische Entwicklungen, insbesondere die sozialen Medien, hatten in den vergangenen Jahren den positivsten Einfluss auf die Spendenwerbung.

Von PAUL STADELHOFER

Trotz aller Entwicklungen sind laut der European Fundraising Association (EFA) Spendenbriefe, öffentliche Sammlungen und Mitgliedsbeiträge weiter die Top-Instrumente der Branche, während Mobile-, Online- und E-Mail-Fundraising an Bedeutung gewinnen. In vier europäischen Ländern gehörten SMS-Spenden 2015 sogar zu den Top drei Fundraising-Methoden. Kopfzerbrechen bereitet Fundraisern hingegen, dass öffentliche Fördermittel rückläufig sind, während das Vertrauen ihrer Spender abbrechen könnte. 40 Milliarden Euro werben die Mitglieder von EFA nach konservativen Schätzungen jährlich ein, und viele erwarten zusätzliche Einnahmen.

Quantitatives und qualitatives Wachstum

Die stärkste Entwicklung der Branche war in den vergangenen zehn Jahren in Ländern in Zentral- und Ost-Europa sichtbar. Teils haben sich dort Fundraising-Verbände gegründet, teils haben sie sich dem europäischen Dachverband angeschlossen. Dazu zählen Polen, die Tschechische Republik, die Slowakei, Slowenien und Ungarn. Dr. Günther Luschinger, EFA-Präsident und Geschäftsführer des Fundraising Verbands Austria, freut sich darüber: "Auffällig ist auch die zunehmende Professionalisierung im gemeinnützigen Sektor und insbesondere im Fundraising."

19 Fundraising-Verbände aus 18 Ländern – rund 11 000 Fundraiser – vereint das Netzwerk derzeit. Auch im österreichischen Ver-



band beobachtete Lutschinger ein Wachstum von 43 Organisations-Mitgliedern 2007 auf 257 Mitglieder 2016. Roger Tinner, Geschäftsführer von Swissfundraising, berichtet Ähnliches. Er verzeichnete 399 Mitglieder 2007 und fast 650 Mitglieder 2016: "Wenn wir genau zehn Jahre, also auf 2006 und 2007, zurückschauen, fällt vor allem eines auf: Weder an Tagungen noch an Erfa-Treffs (Anm. d. Red.: Erfahrungs-Austausch-Treffs) war Online-Fundraising wirklich ein Thema. Neue Themen ergänzen die alten, ersetzen sie aber nicht." Zu diesen Themen zählen Lohnumfragen, Stellenbörsen, Spendenbarometer sowie ein Direct Mail Panel,

das als Bench-Mark-Tool in Österreich und Deutschland übernommen wurde.

Der Deutsche Fundraising Verband (DFRV) verzeichnet fast konstant circa 1300 Mitglieder. Nicole Holtz, Pressesprecherin des DFRV, schildert dessen Entwicklung. Er wurde 2011 in einen gemeinnützigen Fachverband umgewandelt und vertritt seit 2012 auch Organisationen, Berater und Dienstleister als juristische Mitglieder: "Für die Verbandsarbeit von besonderer Bedeutung sind die Regional- und Fachgruppen sowie die Fachausschüsse." Zu den Neugründungen zählen hier der Ethikausschuss, die Fachgruppe Frauen, ein IT-Ausschuss, Fachgruppen fürs

Fundraising im Gesundheitswesen, für Digitales sowie für Politik und Gesellschaft. Experten für neue Segmente sind gefragt!

Neue Player, neue Trends

Parallel zieht es aufgrund der niedrigen Zinsen vermehrt Stiftungen in die Fundraising-Branche. 43 Prozent von ihnen geben an, im Fundraising aktiv zu sein, 16 Prozent planen es, und bis zu drei Viertel nutzen ihre Kommunikation mitunter zur Spendenwerbung. Das ergab eine aktuelle Umfrage des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen, erklärt Birgit Radow, dessen stellvertretende Generalsekretärin: "Am häufigsten werden von Stiftungen Kleinspenden, Großspenden und Zustiftungen eingeworben. Stiftungen sind Organisationen, die auf Dauer angelegt sind. Deshalb sehen viele von ihnen große

Chancen, dass ihnen Erbschaften zugesprochen werden."

Martina Ziegerer betrachtet als Präsidentin der International Committee on Fundraising Organizations (ICFO) ein immer kompetitiveres Umfeld für Fundraiser. Das birgt auch Herausforderungen für die Zertifizierung Spenden sammelnder Organisationen, sagt sie: "Die zunehmende Professionalisierung im Fundraising ist unumgänglich. Bereits das ist eine Herausforderung, zumal die Mittel begrenzt sind und die Finanzen der Hilfswerke im Fokus der kritischen Öffentlichkeit stehen. Das Vertrauen in gemeinnützige Organisationen wird längerfristig gefährdet, wenn sich die öffentliche Wahrnehmung zu weit von der Realität entfernt." Die Herausforderung für Fundraiser: "Ihre Kommunikation prägt das Bild in den Köpfen der Spenderinnen und

Spender und die Wahrnehmung von Hilfswerken. Eine emotionale Ansprache, die an den Vorstellungen der Spenderinnen und Spender orientiert ist, ist in der Regel besser geeignet, um Spenden zu erhalten, als eine faktenbasierte Ansprache, die im Widerspruch zu den Vorstellungen der Spenderinnen und Spender steht. Aber sie verstärkt gleichzeitig die verzerrte Wahrnehmung der Organisation und des gemeinnützigen Sektors. Das ist ein Dilemma."

Die wichtigsten Themen, die sich daraus laut der Expertin ergeben, sind die Wirkungsmessung, die Vergütungen in leitenden Organen, Good Corporate Governance, ethische Finanzanlagen sowie neue Fundraisingmethoden oder neue Kommunikationsformen. Sie führen nicht alle zu neuen Standards, aber gewinnen für die Branche an Relevanz.







Das sagen unsere Leserinnen und Leser...

Umfassendes Fachwissen



Am liebsten lese ich die Rubriken "Thema" sowie "Praxis & Erfahrung". Sie geben einen guten Einblick in aktuelle Fundraising-Trends, interessante Entwicklungen und Herausforderungen

des modernen Fundraisings, die wir auch in den Aus- und Weiterbildungsangeboten unserer NPO-Akademie thematisieren. Fundraising wird heute mit einem sehr hohen Grad an Professionalität betrieben. Dementsprechend hat sich auch der gesamte Fundraising-Sektor sehr stark weiterentwickelt, und Fundraising ist in seinen Strategien und Methoden wesentlich differenzierter und komplexer geworden. Nachhaltiges Fundraising bedarf aufgrund der Komplexität und der aktuellen Entwicklungen des modernen Fundraisings eines umfassenden Fachwissens sowie einer aktiven Bereitschaft zur Weiterbildung. Verstärkte Berichte über Best-Practice-Kampagnen oder preisgekrönte Maßnahmen könnten als Anreiz dienen.

Dr. Helmut Hütter

Geschäftsführer NPO Akademie, Berlin/Wien

Auf aktuellem Stand



Liegt das neue Fundraiser-Magazin vor mir, blättere ich sofort zu den Best-Practice-Beispielen. Sie bieten jedes Mal gute Anregungen für den eigenen Alltag, insbesondere, wenn sie aus

anderen Non-Profit-Sparten stammen. Zeit nehme ich mir dann für umfangreichere Hintergrundartikel. Es ist gut, im volatilen Thema Fundraising möglichst auf aktuellem Stand zu bleiben und viele Fundraising-Instrumente und -Maßnahmen zu kennen. Es ist auch gut, souverän abzuwägen, welche Maßnahme zur eigenen Institution und Zielgruppe passt: Diese Erfahrung gibt eine gewisse Gelassenheit im Umgang mit Trends und steigert die Authentizität der eigenen Kommunikation. Ich wünsche mir weiterhin so vielfältige und ausführliche Inhalte und auch kritische Begleitung von aktuellen Entwicklungen, zum Beispiel in den Bereichen Politik, Recht und Kommunikation.

Marion Junker

Pressesprecherin Stiftung Freilichtmuseum am Kiekeberg, Rosengarten

Digitale Welt



Als erstes überfliege ich immer den Bereich "Köpfe & Karrieren". Danach lese ich die Themenartikel und den Rest des Magazins. Natürlich wird auch der Fundraising-Kalender

nie ausgelassen. Ich bin seit fünf Jahren in der Branche, doch auch dieser Rückblick ist für mich immer wieder interessant. Die Veranstaltungen in der "Szene" geben einem immer viel mit und kommen zum Teil Familientreffen gleich. Auch wenn der Fortschritt manchmal etwas zu kurz kommt. Die digitale Welt bietet unendlich viele Möglichkeiten. Ich wünsche mir hier vor allem, dass sich die Branche öffnet und Neues schneller annimmt. Das Fundraiser-Magazin lässt kaum Kritikpunkte offen. Der digitale Bereich sollte auch hier noch stärker thematisiert werden.

Jörn Föhlau

Key Account Manager, Fundraising Specialist micropayment™ GmbH, Berlin

Spenden machen einen Unterschied



Einem ausgeprägten Bedürfnis nach Klatsch und Tratsch folgend lese ich zuerst die "Köpfe & Karriere"-Seiten. Wenn ich auf die Fundraising-Szene der letzten zehn Jahre schaue, denke ich gern an die netten Menschen im Fundraising, von denen viele zu unseren Kunden zählen. Und mit denen zusammen wir in den letzten Jahren zahlreiche Fundraising-Erfolge, aber auch Erfolge in Form von Preisen, wie dem ddp award oder dem Deutschen Fundraising-Preis, errungen haben. Ich wünsche mir, dass die Wirkung von durch Fundraising ermöglichter Arbeit mehr in den Fokus rückt. Damit wir Fundraiser unser Versprechen, dass Spenden einen Unterschied machen, endlich auch den Spendern gegenüber dokumentieren können.

Britta Janssen mit Olaf Zerell

Geschäftsführerin fundango GmbH, Köln

Keine Spenden ohne Spender

Am liebsten lese ich Fabian Fröhlich (mit so schönen Details wie dem Wort "Stimulationsgaben" in der letzten Ausgabe, welches ich fortan in meinen Fundraising-Wortschatz aufnehmen werde) und den Fragebogen. Dann



den Rest von vorn nach hinten. Woran ich mich gern erinnere in zehn Jahren Fundraising-Szene? Ich denke besonders gern an die Leidenschaft der Fundraiser/-innen für ihren Beruf, die man in jedem Gespräch spürt. Trotz aller Ärgernisse, Hemmnisse und Aufreger, die ebenso engagiert zum Thema gemacht werden. Dieses Herzblut ist unglaublich motivierend (m)einen Beitrag zu leisten.

Am Magazin schätze ich, dass es konsequent die Fundraiser-Brille auf hat. Der Blick darf daneben gerne noch öfter und detaillierter auf die Spender gerichtet werden. Sie sind das Fundament vieler Organisationen und entsprechend zentral für die tägliche Arbeit der Fundraiser. Keine Spenden ohne Spender.

Danielle Böhle

Spenderpsychologie-Beraterin GOLDWIND, Köln

Pflichtlektüre mit Freude

Für mich ist das Fundraiser-Magazin zwar eine Pflichtlektüre, aber dennoch lese ich es mit Freude. Das Fundraising hat in Deutschland in den letzten 20 Jahren einen gewal-



tigen Professionalisierungsschub erfahren. Entscheidend ist die Fortbildung und Vernetzung auf Fachveranstaltungen sowie eine Fachlektüre, die über aktuelle Trends und Entwicklungen informiert. Hierzu hat das Magazin einen wesentlichen Beitrag geleistet. Ich wünsche mir nichts Besonderes IM Magazin, aber sehr viel VOM Magazin: gleichbleibendes Niveau und eine steigende Auflage mit noch mehr Umfang, um noch mehr Menschen über Fundraising zu informieren.

Tom Neukirchen

Geschäftsführer Fundgiver Social Marketing GmbH, Hamburg



Philanthropic Community



I like the fact that the Fundraiser-Magazin has an international segment to help its readers have a view beyond its main geographic boundaries, while giving opportunities for the global fundraising community to connect with its German readers.

In the 8os-9os many NGOs were conditioned to believe that only 'western funding' can help them help their local compatriots. However, the 21st century is seeing many 're-emerging' economies taking charge of their own destiny, engaging local citizens in resource mobilisation and not limiting their efforts to grant-writing to western funders and aid agencies.

From dependence on aid to interdependence between nations, so as to share, learn and build a strong eco-system that will support a robust and ethical fundraising and philanthropic community.

Usha Menon

Executive Chairman Usha Menon Management Consultancy (Asia), Singapore

Qualität und Reflektion



Das Titelthema springt mich oft direkt an. Finde es besonders spannend, dass diese Themen von unterschiedlichen Kollegen und Experten beleuchtet werden. Danach geht's dann zum Frage-

bogen, denn die Branche hat viele interessante Gesichter zu bieten.

Ich denke gerne an Begegnungen und Gespräche mit Kollegen zurück, die überwiegend von großer Offenheit, gegenseitigem Interesse und ehrlicher Wertschätzung geprägt waren. Fortbildungsveranstaltungen, Kongresse oder Networking-Events bieten immer tolle Gelegenheiten für diese tollen Begegnungen. Danke, dass sich das Fundraiser-Magazin in diesem Bereich so stark engagiert.

Ich wünsche mir "mehr Qualität und Reflektion" in und über unser tägliches Handeln. Gerade unsere Branche sollte ein Vorbild für Qualitätsentwicklung und Ethikstandards im Marketing und Kundenservice sein. Dabei sollten wir uns auch unbequemen Fragen stellen und zwar alle zusammen an einem Tisch: Dienstleister, Organisationen, Bildungsträger und Medien.

Lars Flottmann

Fundraiser (Großspenden & Testamente) UNICEF, Köln

Offen für Neues



Dass sich das Telefon-Fundraising in Deutschland in den letzten Jahren sehr stark im Fundraising etabliert und positiv positioniert hat. Darauf bin ich sehr stolz und auch dankbar.

Ich wünsche mir, auch in den nächsten zehn Jahren den Blick für das Wesentliche nicht zu verlieren, um was es tatsächlich im Fundraising geht. Dabei trotzdem offen zu sein für Neues.

Eva Fuchs-Mischkulnig

Agenturleitung TeleDIALOG Fundraising GmbH Rosenheim

Unzählige gute Gespräche



Der direkte Dialog wurde in den letzten zehn Jahren zunehmend verbessert, verbreitet und akzeptiert. Die Qualität ist gestiegen, und ich erinnere mich an unzählige gute Gespräche mit Passanten, Dialogern und Ordnungsämtern. Zukünftig wünsche ich mir im Fundraising: mehr Offenheit und Unterstützung von den NGOs. Weniger Angst vor der öffentlichen Meinung bzw. bessere Kommunikation an den Bürger, warum Fundraising nicht nur wichtig, sondern absolut notwendig für die unzähligen Projekte dieser Welt ist. Und vom Fundraiser-Magazin: Weiter so!

Ben Spiekermann

Kampagnenleiter DialogDirect GmbH, Berlin

Was Menschen antreibt



Als erstes lese ich gerne die Interviews in der Rubrik "Menschen". Es ist spannend zu erfahren, was die Menschen antreibt, die sich in NGOs engagieren. Ich fände es toll, wenn es eine Rubrik

für das Thema "Digitales Fundraising" gäbe, mit Berichten zu aktuellen Trends und erfolgreichen Konzepten.

Vivian Dadamio

PR-Beraterin Allison+Partners, München

Schnittstelle Software-Special

Das Fundraiser-Magazin ist uns seit vielen Jahren ein treuer Begleiter. Viele unserer Kunden sind gemeinnützige Organisationen, und da wollen wir natürlich wissen, was die Szene bewegt.



Nicht nur, um unser Produkt an die Bedürfnisse unserer Kunden anzupassen, sondern auch, um auf aktuelle Trends reagieren zu können. Dafür dient uns das Fundraiser-Magazin mit seinen aktuellen Beiträgen immer wieder als Informations- und Inspirationsquelle. Auch das jährliche Software-Special begrüßen wir als Anbieter von Branchensoftware sehr und freuen uns, dass das Fundraiser-Magazin hier eine Schnittstelle zwischen Organisationen und Dienstleistern schafft.

Timo Becker

Leiter Vertrieb NPO bei der GOB Software & Systeme GmbH & Co. KG, Krefeld

Aktuell, informativ und attraktiv



Ich finde es sehr beeindruckend, wie sich das Fundraising in Deutschland institutionalisiert hat. Dafür steht für mich ganz besonders das Fundraiser-Magazin sowie die vielfältigen Aus-

und Weiterbildungen der Fundraising Akademie Frankfurt. Ich wünsche mir, dass das Fundraiser-Magazin so aktuell, informativ und attraktiv bleibt wie bisher.

Dr. Irmgard Ehlers

Studienleiterin Evangelische Akademie, Bad Boll

Schöne Begegnungen

Icherinnere mich gern an Abendveranstaltungen auf dem Deutschen Fundraising Kongress, die trotz schwankender Qualität der Moderatoren und Redner zu vielen schönen Begegnungen



führten und nicht zuletzt meine Akzeptanz als Dozent für Nachrufe auf Testamentsspender. Mein Wunsch: Eine kritischere Auseinandersetzung mit dem Beruf des Dialogers und die Entdeckung der Formel für rechtssicheres Crowdfunding.

Gregor Jungheim

Redaktionsleiter "Die Stiftung", München

"CSR ist eine unternehmerisch-strategische Management-Aufgabe"



Welche Chancen und Risiken birgt
Corporate Social Responsibility (CSR)
für Fundraiser und gemeinnützige
Organisationen? Karl-Hans Kern kennt
die Antwort auf diese Frage aus seiner
praktischen Arbeit. Er ist seit 26 Jahren
bei der Wohlfahrtsorganisation Caritas
tätig, befasst sich seit 16 Jahren mit
Unternehmenskooperationen und leitet
seit sechs Jahren das bundesweite
CSR-Kompetenzzentrum der Organisation
mit Sitz in Stuttgart.

Im Interview mit Paul Stadelhofer erklärt er, warum sowohl soziale Organisationen als auch Unternehmen Interesse an gesellschaftlicher Verantwortung haben sollten und wie er zwischen den zwei Welten vermittelt.

Die wichtigste Frage zuerst: Ist CSR ein Fundraising-Instrument?

CSR ist aus meiner Sicht kein Fundraising-Instrument. CSR ist eine unternehmerisch-strategische Management-Aufgabe. Das führt dazu, dass gemeinnützige Organisationen stärker in den Fokus von Unternehmen rücken. Wenn Unternehmen sich engagieren wollen und dafür geeignete Partner suchen.

Die Integration von Flüchtlingen ist da ein aktuelles Beispiel.

Ja. Wenn Unternehmen sich für Flüchtlinge engagieren, sagen sie häufig: Geld können wir auch geben, aber wir würden gerne mit unseren Mitarbeitern etwas mit und für Flüchtlinge tun. Dann brauchen sie soziale Organisationen, um gemeinsam adäquat handeln zu können.

Also geht es für Sie um die strategischen Ziele der Unternehmen?

Bei CSR geht es immer um den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens. Mit dem wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens ist in dem Fall aber eine gesellschaftliche Nutzbringung verbunden. Es geht nicht darum, von Unternehmen Geld für soziale Zwecke zu akquirieren, sondern sich gemeinsam gesellschaftlichen Herausforderungen zu stellen und Lösungswege zu erarbeiten.

Es geht um Win-Win-Situationen?

Es ist ein dreifacher Gewinn: für das Unternehmen, für die Organisation und für die Gesellschaft an sich. Das liegt daran, dass es immer um das Kerngeschäft der Partner geht. Unternehmen wollen, dass durch CSR das Vertrauen in ihre Unternehmensmarke wächst,

ihre Produkte stark auf dem Markt platziert sind, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sich mit ihrem Arbeitgeber identifizieren und dass sie Anerkennung erfahren und Wirkungen erzeugen.

Gibt es Untersuchungen zu den Interessen von Unternehmen?

Die Bertelsmann Stiftung und das Institut der Deutschen Wirtschaft haben Unternehmen zu deren unternehmerischer Verantwortung befragt und zu den damit für sie verbundenen Themen: Bildung, Vereinbarkeit von Beruf und Familie, Integration sowie Diversity stehen an vorderster Stelle. Zu jedem dieser Themen haben auch wir als Caritas inhaltliche Bezugspunkte. Sei es als Arbeitgeber, zum Beispiel in puncto Vereinbarkeit von Beruf und Familie, oder sei es auch als soziale Organisation in der Förderung von Bildung.

Mit der Gründung des CSR-Kompetenzzentrums kam es auch bei der Caritas zu einer Untersuchung der eigenen sozialen Verantwortung. Warum?

Wenn ich will, dass ein Unternehmen gesellschaftliche Verantwortung übernimmt,
nachhaltig agiert, taucht die Frage auf, wie
verantwortlich, transparent und nachhaltig
wir als soziale Organisationen handeln. Wenn
wir über Partnerschaften reden, müssen wir
darüber nachdenken, wie wir selbst aufgestellt sind. Da gibt es eine Vielzahl von Themen, die soziale Organisationen bearbeiten
müssen wie alle Unternehmen.

An welche Themen denken Sie dabei?

Zum Beispiel, welche beruflichen und persönlichen Entwicklungsmöglichkeiten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Organisation geboten werden. Welche Karriere, welche Fortbildungs- und Qualifizierungsmöglichkeiten? Welche Entscheidungsbefugnisse und Möglichkeiten zur Selbstverwirklichung? Wie gelingt es, den Beruf und ihre Lebenssituation zu vereinbaren? Das hat etwas mit der Attraktivität der soziale Berufe insgesamt zu tun, aber natürlich auch mit der Arbeitgeberattraktivität einer jeden sozialen Organisation. Wir müssen genauso Mechanismen in die Wege leiten, um Mitar-

beiterinnen und Mitarbeiter zu gewinnen und zu binden wie andere Unternehmen und Organisationen auch.

In welchen Bereichen ist CSR für Sie besonders wichtig?

Das "CSR-Themenfeld Arbeitsplatz" ist für die Caritas von besonderer Bedeutung. Wir haben in vielen Bereichen einen Mangel an Fachkräften. Hier können CSR-Aktivitäten helfen, sich im Wettbewerb um diese deutlich zu positionieren. Oder lassen Sie uns auf den Bereich der ökologischen Verantwortung blicken.

"Es geht nicht darum, von Unternehmen Geld für soziale Zwecke zu akquirieren, sondern sich gemeinsam gesellschaftlichen Herausforderungen zu stellen und Lösungswege

Ökologie?

Wo zeigen wir als Caritas-Unternehmen der Sozialwirtschaft unsere Verantwortung für die Schöpfung? Wenn wir Schöpfung bewahren wollen, müssen wir unsere Alltagsprozesse unter ökologischen Bedingungen prüfen und gegebenenfalls umgestalten. Wenn heute zum Beispiel ein Fahrzeug angeschafft wird, schauen viele nur darauf, was günstig ist. Wenn wir über CSR sprechen, muss gleichberechtigt betrachtet werden, welchen CO2-Ausstoß ein Fahrzeug verursacht und wie die Produktionsund Lieferwege sind. Diese Aspekte fließen dann in unternehmerische Entscheidungen ein. Das ist eine Herausforderung, weil wir der ökonomischen Verantwortung nachkommen müssen. Gerade deshalb, weil wir in unserer Arbeit auf Steuergelder, staatliche Mittel, Fördergelder oder Spenden angewiesen sind.

Was bedeutet CSR für Fundraiser?

CSR eröffnet für Fundraiser neue Perspektiven und neue Chancen. Nicht in erster Linie auf mehr Unternehmensspenden. Vielmehr können Fundraiser das Bindeglied sein zwischen ihrer Organisation und engagementbereiten Unternehmen. Wenn wir also über die Aufgabe Unternehmenskooperationen sprechen, geht es um das Stiften von Solidarität in der Gesellschaft. Heißt, Unternehmen, also den Sektor Wirtschaft, darin zu unterstützen und zu fördern, sich miteinander sozialen Herausforderungen zu stellen, jeder mit seinen Fähigkeiten. Das wiederum bedeutet, sich auf Partnerschaften einlassen zu wollen. Und in Partnerschaften ist vieles möglich, wenn man sich auf die Ziele des jeweils anderen einlässt, das Kerngeschäft beider Partner gestärkt wird und die Beziehungen zueinander gepflegt werden. CSR, so verstanden, sorgt für ein Miteinander auf Augenhöhe.

Was wird in der Zukunft kommen?

Ab 2017 müssen große Unternehmen mit mindestens 500 Mitarbeitern über ihre Nachhaltigkeit und ihre soziale Verantwortung berichten. Eines ist klar: Je mehr sich Unternehmen solchen gesetzlichen Vorgaben unterordnen müssen und je mehr sie sich aus eigenem Antrieb heraus mit CSR-Aktivitäten positionieren, umso stärker wird sich das auch auf soziale Organisationen auswirken. Alleine beim Thema der Unternehmenskooperationen werden Unternehmen verstärkt darauf zu achten haben, wie gesellschaftliche Verantwortung ihres Kooperationspartners, in dem Fall der sozialen Organisation, nachvollziehbar und glaubwürdig umgesetzt wird.

Vieles von dem, was man von Unternehmen erwartet, wird in unseren Organisationen schon umgesetzt. Und doch werden wir es zukünftig stärker strategisch angehen, uns bewusster mit Verantwortungs- und Nachhaltigkeitsfragen auseinandersetzen. Nicht zuletzt deshalb, weil wir tagtäglich beweisen müssen, dass wir "die Guten" sind.

Fundraiser müssen ihrer originären Arbeit nachkommen, aber sie sollten die eigene Organisation auch immer wieder dazu einladen, einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess zu beschreiten.



Die gute Sache richtig verkaufen

Wie Sie mit Präsentationen Geldgeber überzeugen

Wer sein Non-Profit-Projekt potenziellen Sponsoren vorstellt, kann viele Fehler machen: unsicher und unsouverän wirken, sich in Details verheddern oder mit drögen Statistiken langweilen. Dabei sind spannende Präsentationen kein Hexenwerk mit diesen Tricks machen Sie Ihre Zuhörer zu Geldgebern.

Von PETER NEITZSCH

Wer mit guten Ideen überzeugen möchte, muss sie so präsentieren, dass die eigene Begeisterung auch beim Zuhörer ankommt. Das rät Kommunikationsprofi Michael Gerharz seinen Kunden. Der Berater aus Troisdorf bringt Managern und Selbstständigen in Workshops bei, wie sie Langeweile vermeiden können. Wie das geht? "Seine Zuhörer fesselt man mit einer guten Erzählung", verrät der Experte. "Das ist im Beruflichen genauso wie im Privaten."

Damit das gelingt, ist zweierlei nötig, so Gerharz: "Einerseits zum Punkt kommen, andererseits weg von langweiligen Power-Point-Präsentationen." Doch das ist einfacher gesagt als getan. Oft hapert es schon beim Einstieg: "Man muss ja nicht immer mit, Guten Tag, meine Damen und Herren' anfangen", empfiehlt die Münchner Präsenztrainerin Christine Riedelsberger. Stattdessen sollte der Redner besser mit einem Zitat oder einer Anekdote in den Vortrag einsteigen.

"Viele Präsentationen sind zu sachlich und zu verkopft", urteilt die Theaterpädagogin Riedelsberger. "Aber im Publikum sitzen Menschen, die wollen mitgenommen wer-

den." Damit das gelingt, muss niemand perfekt sein: "Es ist kein Problem, mal einen Fehler zu machen oder sich zu verhaspeln." Viele würden sich bei einer Präsentation selbst zu sehr an die Kandare nehmen, dabei komme dann ein sehr trockener und nüchterner Vortrag heraus.

Stattdessen sollte der Vortragende versuchen, eine Geschichte zu erzählen, wie er es beispielsweise vor Kindern tun würde – einfach und simpel. "Die meisten bereiten sich fachlich sehr akribisch auf den Vortrag vor", weiß Riedelsberger. Doch die Zuhörer sind selten so mit einem Thema vertraut wie der Redner selbst. Das Ergebnis sind völlig überladene Powerpoint-Folien: "Man denkt ja immer, alles sei furchtbar wichtig." Die meisten Informationen können allerdings auch mündlich nachgereicht werden,

wenn Fragen kommen. Berater Gerharz empfiehlt ohnehin, möglichst schnell in die Diskussion einzusteigen: "Es kommt nicht darauf an, möglichst alles zu erzählen, was man weiß." Die Zuhörer könnten sich eh nur einen Bruchteil davon merken. Wer nach einer Präsentation berichten soll, worum es ging, wird sich nicht an 30 Folien erinnern. Stattdessen braucht es eine klare Botschaft sonst heißt es hinterher nur: "Der hat aber wieder gelabert."

Viele Redner fühlen sich wohler, wenn Fragen aus dem Publikum kommen, bestätigt die Trainerin Riedelsberger. "Also warum nicht gleich zu Beginn eine Frage an die Zuhörer stellen?" Die Erwartungen des Publikums abzufragen und dann im Laufe des Vortrags darauf Bezug zu nehmen, ist eine gute Methode, um die Stimmung zu heben. Anekdoten sind eine andere Möglichkeit, einen trockenen Vortrag aufzulockern: "Wir alle lauschen gerne Geschichten." Gerade

engagierte Menschen und Initiativen finden Sie unter:

www.deutscher-engagementpreis.de

gemeinnützige Projekte bieten eigentlich immer Erzählungen, die veranschaulichen, dass es um eine Herzensangelegenheit geht.

Doch eine gute Präsentation steht und fällt nicht allein mit dem Inhalt: "Auch die Körpersprache spielt eine große Rolle, ob wir das wollen oder nicht", sagt Riedelsberger. Die falsche Haltung kann die besten Argumente entwerten. Gut beraten ist daher, wer die Körpersprache bewusst einsetzt. "Wer nur hinter dem Rednerpult steht, verschenkt sehr viel." Damit der Vortrag gelingt, sollte nicht nur die Präsentation selbst geplant werden, sondern auch der Dialog mit dem Publikum: "Je länger der Vortrag dauert, desto wichtiger sind Dramaturgie und unterhaltende Elemente."

Manchmal kann es auch helfen, etwas zu visualisieren: So kann der Redner wichtige Punkte seiner Präsentation zusätzlich auf einem Flipchart festhalten. "Einfach mal einen Stift in die Hand nehmen und etwas anschreiben oder auch anmalen", rät Gerharz. Für Abwechslung sorgt auch ein Medienwechsel, etwa wenn zwischendurch ein kurzer Film gezeigt wird.

"Wenn Sie vor Publikum sprechen, haben Sie die Chance, dieses mitzureißen und zu Geldgebern zu machen", sagt Riedelsberger. Doch das erfordert Vorbereitung, Übung und ein gewisses Maß an Selbstvertrauen. Und am Ende: "Beenden Sie Ihren Vortrag bitte nicht mit: ,Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit'." Statt der herkömmlichen Schlussfloskel könnte der Redner etwa mit einer Frage ans Publikum enden, auf weitere Gesprächsmöglichkeiten verweisen oder mit einem knackigen Zitat schließen." Denn auch bei Ihrer Präsentation gilt: Ende gut, alles gut.

Link-Tipps:

www.ueberzeugend-praesentieren.de

Fernsehlotterie®

▶ www.christineriedelsberger.de





Die kleine Alma Mater

Fundraising für Schulen sollte auch die ehemaligen Schüler im Blick haben

Alumni-Arbeit ist für viele Schulen noch Pionierarbeit. Dabei sind es gerade jene ehemaligen Schüler, die das Potenzial zum Förderer haben. Und das natürlich aus ganz persönlichen Gründen.

Von WOLFGANG MAYER

"Ich hatte einen wunderbaren Kunstlehrer, der uns die Freude am Malen und Zeichnen beigebracht hat. Dies habe ich dann die ganze Zeit weitergemacht…", erzählt Ivo Gönner. Der St. Blasier Altkollegianer steht für die ARD-Dokumentation "Der Bürgerkönig – Gönner geht" mit Pinsel und Farbkasten vor der Staffelei in seinem Wohnzimmer. Der Anlass: sein Abschied nach einer 24-jährigen Tätigkeit als Ulmer Oberbürgermeister. Direkt im Anschluss an diese TV-Ausstrahlung habe ich mit Be-

geisterung und Respekt seinen inzwischen pensionierten Kunstlehrer angerufen und ihm über dessen große Wertschätzung und wichtige Prägung in der Kunsterziehung am Kolleg berichtet. Herr Pickert, so sein Name, reagierte auf diese erfreuliche Resonanz der Anerkennung und Dankbarkeit nach Jahrzehnten mit großer Freude.

Schulzeit prägt

Es gibt viel positives Beziehungsgeschehen und eine tiefe Dankbarkeit für die guten Lehrer, die mit Leidenschaft junge Menschen unterrichtet haben und Begeisterung für ihr Unterrichtsfach oder ihre außerschulischen Arbeitsgemeinschaften entfacht haben. Sie haben eine Tür zur Welt geöffnet, die für das zukünftige Leben von Schülern Perspektiven eröffnete. Dies sind biografisch starke Werte

und emotionale Anknüpfungspunkte für inhaltlich passende Fundraising-Anliegen und ein erfolgreiches Giving Back.

Altschüler möchten helfen

Jahrzehnte später sind Altschüler für diese Themen in vielerlei Hinsicht ansprechbar und bereit, ihre alte Schule ideell und materiell in vielerlei Hinsicht zu unterstützen. Ein Altkollegianer, der die erfolgreiche Arbeit des Schülerfernsehens am Jesuiten-Kolleg St. Blasien kontinuierlich mit Zuwendungen fördert, schrieb mir als Antwort auf unseren Dankbrief: "Das Kollegsfernsehen war für mich lange Zeit eine echte Herzensangelegenheit, und ich habe damals viele schöne, anstrengende und unvergessliche Stunden dort verbracht. Einige Nächte haben wir damit verbracht,

die Sendung noch zu schneiden, damit sie in der großen Pause am nächsten Tag fertig ist. Es war eine tolle Zeit, wir waren ein eingeschworenes Team, und mit meinen Kameraden bin ich heute noch verbunden." Dies ist ein Beleg dafür, dass tief verankerte Überzeugungen und Spendenmotive aus biografischen Ouellen heraus entstehen. Die gemeinsame Schulgeschichte mit den prägenden Erlebnissen sind zentral für eine lebenslange Verbundenheit, Zugehörigkeit und Dankbarkeit gegenüber der alten Schule.

Amerikanische Universitäten kein Vorbild

Eine neuere Studie belegt, dass es in den USA genau dann zu einer auffälligen Häufung von Alumni-Spenden kommt, wenn die Kinder von Altschülern das Bewer-

Fundraising für Schulen

Am 28. und 29. September 2016 findet an der Evangelischen Akademie Bad Boll die 5. Fachtagung "Fundraising macht Schule – Schule macht Fundraising!" statt. Staatliche und freie Schulen und ihre Fördervereine und Stiftungen sind hierzu wieder eingeladen, sich über neue Entwicklungen und praktische Erfahrungen im Schulfundraising und Sponsoring weiterzubilden.

▶ www.ev-akademie-boll.de



bungsalter für Privatuniversitäten erreicht haben. Die Fundraising-Diskurse an Universitäten und Schulen zum einen in angelsächsischen Ländern und zum anderen in Deutschland sind in vielerlei Hinsicht sehr unterschiedlich.

An Beziehungen kontinuierlich arbeiten

Zugleich sind Alumni und deren Eltern die prädestiniertesten und potenziellen Fördergruppen einer Schule. Es dauert Jahre und erfordert kontinuierliche Beziehungsarbeit, bis die Investitionen in die Bindungsarbeit in Form von regelmäßigen Klassentreffen, jahrgangsübergreifenden Treffen, Alumni-Veranstaltungen und kontinuierlicher Kommunikations- und Informationsarbeit (via Newsletter, Jahrbücher und

Ähnlichem) die "Spendierlaune" steigern. Hierfür sind passgenaue Konzepte zur Vernetzung und Bindung von Altschülern zu erstellen. Die Alumni-Arbeit beginnt nicht erst nach dem Abitur, sondern bereits am ersten Schultag. Grundlegend ist ein lebendiges Friendraising, danach kann ein strukturiertes Fundraising beginnen.



Wolfgang Mayer arbeitet als Referent für Fundraising und Öffentlichkeitsarbeit am internationalen Jesuiten-Kolleg St. Blasien im Schwarzwald und ist Mitorganisator der

Fachtagung "Fundraising für Schulen" an der Evangelischen Akademie Bad Boll.

www.wolfgang-mayer.de





Mit uns wird Fundraising zu(m) Kinderspiel.

www.schulengel.de/sogehts

Gemeinsame Standards

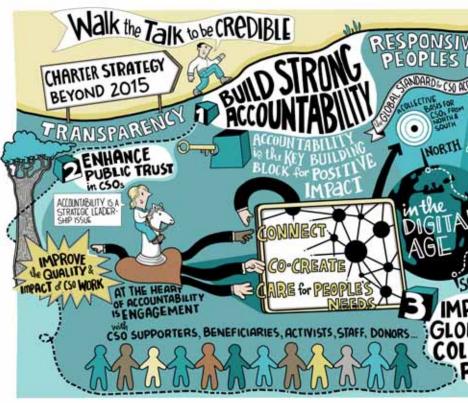
Globale Herausforderungen verlangen von NGOs globale Verantwortung

Eine starke, aktive Zivilgesellschaft ist der Kern transparenter demokratischer Prozesse. Für ihre erfolgreiche Existenz benötigt sie grundlegende Rechte und Freiheiten. So einleuchtend das auch klingen mag, sind diese Rechte nicht überall auf der Welt Selbstverständlichkeit.

Von KARENINA SCHRÖDER und PETER CHRISTIANSEN

Im Bereich zivilgesellschaftlichen Engage ments kommen Menschen und Organisa tionen zusammen, um Meinungen aus zutauschen, für gemeinsame Interesser einzustehen und um sich für eine gerechte und faire Gesellschaft einzusetzen. Als NGOs verfolgen wir viele unterschiedliche Ziele, während wir gleichzeitig eins vor Au gen haben: eine bessere, gleichberechtigte Welt. Aktuell erfahren NGOs und Aktivister allerdings massive Repressalien von Regie rungen und anderen Machtinstanzen: Der CIVICUS Civil Society Watch Report zeigt, dass grundlegende Zivilrechte wie Freiheit der Rede oder das Recht zur friedlichen Versammlung im Jahr 2014 weltweit in mindestens 96 Staaten in beunruhigendem Ausmaß missachtet wurden.

In zunehmendem Maß gehen Regierungen gegen NGOs vor: von Indien über Ägypten bis Uganda. Dieses Phänomen beunruhigt vor allem deswegen, weil sich ja genau diese Organisationen für die Freiheit und Rechte der Menschen einsetzen. Weltweit sehen sich Aktivisten und Mitarbeiter von Organisationen mit Verhaftung, eingefrorenen Bankkonten, Drohungen, Aberkennung von Arbeitserlaubnissen, blockierten Websites, Zwangsregistrierung und Schließung ihrer Büros konfrontiert. Wenn eine NGO nicht in vollem Maß funktionieren kann hat ihre Arbeit deutlich weniger Einfluss, was in einen Vertrauensverlust mündet. Förderer ziehen sich zurück, wo-



durch es immer schwieriger wird, das eigene Engagement aufrechtzuerhalten. Wenn NGOs nicht vollumfänglich arbeiten können, leidet die Zivilgesellschaft. Wie also können NGOs ihren gesellschaftlichen Wert verstärken?

Obwohl viele NGOs gute Arbeit leisten, gibt es für sie dennoch die Notwendigkeit, die eigene Transparenz, Responsiveness und Effektivität zu verbessern, um dadurch das öffentliche Vertrauen in ihre Institution zu stärken. Mit einem globalen Rechenschafts-Standard für NGOs wollen wir die Organisationen zu noch mehr Transparenz bewegen und zu verlässlichen Akteuren, die nichts zu verbergen haben. Das würde ihre Effektivität verbessern und es Regierungen deutlich schwerer machen, zivilrechtliche Organisationen zu verfolgen und zu unterdrücken. Spender werden dann eher dazu animiert, zu investieren,

und die Bevölkerung wird von der Legitimation des Sektors überzeugt. Ein konkret ausformulierter Rechenschafts-Standard bringt NGOs auch dazu, sich selbst um grundlegende Werte wie die Stärkung einer Good Governance und effektiver Management-Praxis zu bemühen. Diese Form der Glaubwürdigkeit wird zusehends als Schlüsselfaktor betrachtet, der die Legitimität und Effizienz von NGOs untermauert und als solcher unabdingbar den Boden für NGO-Aktivitäten bereitet. Wie kann so ein gemeinsamer Standard weltweit erreicht werden?

In den letzten zehn Jahren kursierten verschiedene praktikable Entwürfe innerhalb der Zivilgesellschaften. One World Trust hat in diesem Zusammenhang sowohl 300 regionale, nationale und globale Kennzahlen ausgemacht, als auch solche für den Sub-Sektor. Diese sind bis heute

allerdings nicht optimiert worden. Gegenwärtige Standards reflektieren nicht einheitlich, wofür die Zivilgesellschaft steht, da sie unterschiedliche Bewertungsmaßstäbe ansetzt. Zusätzlich gibt es Unterschiede hinsichtlich Spezialisierungen oder sich widersprechende Formate.

Die grundlegenden Aspekte, mit denen wir uns im Jahr 2016 konfrontiert sehen, sind globaler Natur und miteinander verbunden. Diese Universalität der Ursachen müssen wir uns zunutze machen im Kampf für eine stärkere Zivilgesellschaft als Ganzes. Ein globaler Standard für NGOs ist kurz und prägnant und einfach umzusetzen. Dafür muss er in einfacher Sprache verfasst sein. Das Projekt wird seit Frühjahr 2015 gemeinsam von neun etablierten Initiativen aus Afrika, Nordund Südamerika, Australien und Europa vorangetrieben, um die signifikanten Schnittmengen in weltweit existieren-

den Kennzahlen auszumachen. Auf der Basis regelmäßiger Treffen arbeiten die Partner gemeinsam an der Erstellung eines Referenzrahmens, der es ermöglicht, die eigenen Standards daran auszurichten. Grundlage dessen sind zwölf verbindliche Punkte, die beschreiben, was die Ziele zivilrechtlicher Aktivitäten ausmacht und was für einen positiven Wandel in der Gesellschaft getan werden muss. Gemeinsames Ziel ist, alle Netzwerkpartner, die nahezu 1500 NGOs weltweit repräsentieren, aktiv in die Entwicklung und das Austesten der einzelnen Parameter einzubinden und die Erfahrungen mit anderen zu teilen. Das Projekt wird von der regierungsnahen schwedischen Entwicklungsorganisation Sida gefördert. Der Partner in der Umsetzung ist das International Civil Society Centre mit Sitz in Berlin. Der globale Rechenschafts-Standard für NGOs wird voraussichtlich im Herbst 2016 veröffentlicht werden.



Karenina Schröder ist seit Anfang des Jahres Geschäftsführerin der INGO Accountability Charter. Zuvor war sie in gleicher Position für das International Civil Society Centre tätig. Die

Aspekte Transparenz und Kampf gegen Korruption bilden in ihren Tätigkeiten seit Jahren einen roten Faden.



Peter Christiansen steht dem International Civil Society Centre als stellvertretender Geschäftsführer vor. Dem dritten Sektor ist er seit 20 Jahren verbunden und war unter anderem

bereits für ActionAid in Dänemark und im Mittleren Osten tätig.

- www.ingoaccountabilitycharter.org
- ▶ www.csostandard.org
- ▶ www.icscentre.org





Ihre Adressen-Quelle für die Gewinnung von neuen Gönnerinnen- und Gönnern

Wir kennen den Schweizer Spendenmarkt seit über 30 Jahren. Nutzen Sie unsere grosse Erfahrung bei der Auswahl der richtigen Zielgruppen, damit Sie diesen stark umworbenen Markt erfolgreich bearbeiten können.

NPO-Dienstleistungen

- Auswahl und Beschaffung von Spenderadressen
- Kundenstamm-Analyse, Veredelung und Adressbereinigung von Spenderadressen • Auf- und Ausbau leistungsfähiger Gönner-Datenbanken
- Entwicklung von Marktbearbeitungs-Konzepten
- Drucken, Personalisieren Weiterverarbeitung Ihrer Direct Mailings bis zur Postaufgabe.

Darf's ein bisschen mehr sein?

Crowdfunding lebt auch von der richtigen Belohnungsstrategie

Gegenleistungen oder Goodies sind integraler Bestandteil einer jeden Crowdfunding-Kampagne. Sie sind aber mehr als lockende "Geschenke". Über sie kann man den Verlauf der Kampagne entscheidend beeinflussen. Man muss nur ein bisschen damit spielen.

Von WENDY DESSLER

Tatsache ist, dass ein ausgeklügeltes System von Stretch Goals praktisch die Garantie für erfolgreiches Crowdfunding sein kann. Diese Art besonderer Belohnungen oder Goodies (Gegenleistungen) hilft nicht nur, die grundlegende Funding-Schwelle zu erreichen, sondern die eigenen Ziele sogar noch zu übertreffen und bislang unmöglich Geglaubtes zu erreichen.

Gegenleistungen an sich haben ihre Vorteile. Sie sorgen für zusätzliche Begeisterung gegenüber dem Projekt oder gar dem dahinter stehenden Unternehmen und dessen Produkt. Daraus entsteht beste Werbung: Ihre Unterstützer werden die



Stretch Goals

Neben der Differenzierung in Fundingschwelle (ausreichende Summe, um ein Projekt zu starten) und Fundingziel (komplette Finanzierung des Gesamtplans) können noch weitere "Schwellen" eingebaut werden, um für Förderer den Reiz zu erhöhen. Ein Stretch Goal ist dabei eine auf dem Weg zum Fundingziel festgelegte Summe (Schwelle), bei deren Erreichen im Lauf der Kampagne weitere, bestenfalls noch reizvollere Gegenleistungen erbracht werden.

Add-on Rewards

Unabhängig von der Höhe der bislang eingenommenen Summe können im Verlauf der Kampagne neue oder weitere Gegenleistungen, also Add-on Rewards hinzugefügt werden. Damit lassen sich im Idealfall bisherige Förderer noch einmal aktivieren, besonders dann, wenn die Add-ons exklusiv denen angeboten werden, die bereits mit im Boot sind. Dieser Zusatzanreiz hat in jedem Fall auch Nachrichtenwert, sodass die Kampagne noch einmal zusätzlich frischen Wind bekommt.

Kosten-Nutzen-Aspekt

In jedem Fall sollte bereits vor dem Start einer Kampagne überlegt werden, ob später Stretch Goals oder Add-on Rewards hinzugefügt werden sollen, um diese unbedingt in den gesamten Kostenplan zu integrieren. Gegenleistungen kosten Geld oder wenigstens Zeit und Aufwand. Es muss rechtzeitig geklärt sein, ob ein Mehraufwand umfänglich geleistet werden kann und ob die Kosten zusätzlicher, also auch oft wertvollerer Goodies in einem gesunden wirtschaftlichen Verhältnis zum eigentlichen Nutzen (höhere Einnahmen) stehen.

einzelnen Gegenleistungen derart mögen, dass sie von sich aus anderen gegenüber Ihre Crowdfunding-Kampagne erwähnen, persönlich im Freundeskreis, aber auch über Social Media. Hinsichtlich der gesamten Kosten der Kampagne gilt es in jedem Fall auch, die prozentualen Anteile zu beachten, die eine jeweilige Plattform für sich reklamiert. Da lohnt sich ein genauer Blick, denn es gibt tatsächlich auch Plattformen, die komplett kostenlos verfügbar sind.

Für die einzelnen Gegenleistungen lohnt sich in jedem Fall eine durchdachte Strategie. Hier ein paar einfache Ideen, die Ihnen helfen sollen, Ihre potenziellen Unterstützer von der eigenen Sache zu überzeugen: Bieten Sie eine Gegenleistung oder ein Produkt nur für begrenzte Zeit oder in begrenzter Menge an! Damit sorgen Sie für eine gewisse Dringlichkeit. Ihre Unterstützer wollen das Angebot nicht verpassen, also können Sie darauf wetten, dass sie

die Gelegenheit nutzen werden. Zeitlich gestaffelt können Sie ebenso den Preis anheben, um den finanziellen Nutzen einer spezifischen Gegenleistung zu maximieren.

Stretch Goals sind ein zusätzliches Instrument, mit denen man praktisch den Grad der Begeisterung seitens der Unterstützer messen kann. Wenn Ihre Unterstützer Ihre Gegenleistungen mögen und darüber hinaus besonders jene Goodies, die Sie für spätere Zeitpunkte (d.h. nach weiteren festgelegten Funding-Schwellen) anbieten, dann können Sie sich ganz sicher sein, dass über Ihre Kampagne gesprochen wird. Und je mehr Leute davon erfahren, egal über welche Kanäle, desto höher die Wahrscheinlichkeit, dass dann über die grundlegende Funding-Schwelle hinaus auch die Stretch Goals jeweils erreicht werden. Davon profitiert am Ende jeder und Sie selbst natürlich auch!

Alternativ können Sie auch Add-on Rewards nutzen. Diese funktionieren wie eine Art Zusatzverkauf. Statt weitere Unterstützer für Ihr Crowdfundingprojekt zu finden, können Sie Ihren bisherigen Förderern einfach weitere Gegenleistungen anbieten. Wenn Sie ein interessantes Angebot machen, können Sie es schaffen, dass Ihre Förderer den Geldbeutel ein weiteres Mal öffnen. Je viraler Ihre Kampagne dadurch wird, desto einfacher erreichen Sie Ihre Ziele.



Wendy Dessler ist Outreach Manager für die Crowdfunding-Plattform plumfund und hauptsächlich im Bereich Kooperationen und Networking tätig. Sie publiziert regelmä-

ßig Beiträge über die neuesten Entwicklungen im digitalen Marketing und entwickelt kundenspezifische Marketingpläne.

www.plumfund.com





Holger Menze Geschäftsführer Spenden Manufaktur Vorsitzender QTFR



frc Spenden MANUFAKTUR

Fundraising Communicators

Willst du mit mir gehen?

Erst ist es nur eine flüchtige Begegnung: eine unterschriebene Petition, eine angeforderte Broschüre, eine kleine Spende für ein Projekt. Damit eine feste Bindung daraus wird, muss man sich besser kennenlernen, miteinander reden. Vertrauen aufbauen. Wir helfen hier gerne, denn ein persönliches Gespräch von Mensch zu Mensch ist der beste Weg, die Bindung zu

stärken und Vertrauen aufzubauen, damit aus Interessenten und Neuspendern Dauerspender werden. Unsere sensiblen Telefonate mit Ihren Spendern verbinden die Herzlichkeit und Wärme zwischenmenschlicher Kommunikation mit wissenswerter Hintergrundinformation zu Ihren Projekten. Sprechen Sie uns an; wir reden gerne mit Ihren Spendern, denn:

Persönlicher Kontakt ist immer die beste Wahl.

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



Das sagen unsere Leserinnen und Leser...

Mehr Internationales



Das Fundraising in Deutschland entwickelt sich. Das merke ich als Dozentin an der Fundraising-Akademie. Und an meinem Arbeitsplatz: 2006 hatte ich sechs Kollegen in der

Fundraising-Abteilung der Malteser-Zentrale. Heute sind wir 16 hier und haben bundesweit rund 20 regionale Fundraiser.

Ab und zu hätte ich im Magazin gern Beiträge von internationalen Fundraisern, zum Beispiel von Richard Radcliffe aus GB zum Nachlassfundraising. Und ich würde mich freuen, wenn von den besonders großen NPOs im Fundraising (darunter SOS Kinderdörfer, Plan e.V.) mehr käme.

Monika Willich

Fundraiserin Großspenden und Nachlässe Malteser Hilfsdienst e.V., Zentrale in Köln

Mit Dynamik am Puls der Zeit



Die Cover machen mich meist so neugierig, dass ich als Erstes alles rund um das Titelthema lese. Als Oldie in der Fundraising-Szene kenne ich viele, doch so manche geraten leider gelegentlich

aus meinem Blickfeld. "Fragebogen" und "Köpfe & Karrieren", die ich als nächstes lese, haben mir schon manches Aha-Erlebnis gebracht.

Wenn ich auf zehn Jahre zurückblicke: Die positive Resonanz auf das Major Giving Institute ist für mich das Highlight. Endlich fasst das Großspenden-Fundraising mehr und mehr Fuß. Persönlich sehr bewegt hat mich die Auszeichnung mit dem Bundesverdienstkreuz sowie dem Deutschen Fundraising Preis und die zahlreichen damit verbundenen Wertschätzungsbekundungen.

Für die Zukunft sage ich: Weiter so, mit gleicher Dynamik, immer am Puls der Gegenwart und Zukunft unserer Branche! Gelegentliche Einblicke in aktuelle Forschungsprojekte und -Ergebnisse rund um Philanthropie, Engagement und Fundraising, auch international, fände ich spannend, auch der besseren Verortung wegen.

Dr. Marita Haibach

Inhaberin Major Giving Institute, Autorin, Consultant, tätig in Deutschland, Schweiz, Österreich

Wichtig zu wissen

Als erstes lese ich eindeutig "Köpfe & Karrieren". Hier erfährt man, wie sich die Branche bewegt. Am liebsten hingegen lese ich Fundraising-Trends und Projekte. In meiner



Aufgabe ist es wichtig zu wissen, wo sich Innovationen auftun. Vor zehn Jahren war die Euphorie in den Anfängen des Online Fundraisings etwas Tolles – sehr viel Energie und Engagement waren damals zu spüren. Die anschließende Resignation war hingegen nicht so schön. Mittlerweile haben wir diese beiden Extreme überwunden und haben ein realistisches Bild auf diese neuen Möglichkeiten.

In einer globalisierten Welt werden künftig internationale Themen sicher an Bedeutung gewinnen. Das Fundraiser-Magazin wird dem wohl noch mehr Rechnung tragen.

Peter Steinmayer

Leitung Ausbildung und Kommunikation Fundraising Verband Austria, Wien

Es gibt immer etwas zu lernen



Es ist eine sinnstiftende Aufgabe, die finanziellen Mittel für eine bessere Welt zu mobilisieren. Und die Vielfalt in dem Feld, die begeistert mich. Wie in meinem persönlichen Erfahrungshorizont: Stif-

tung, Impact Investment Fonds oder Online-Spendenakquise - es gibt immer etwas zu lernen.

Ich wünsche mir, dass der Beruf der Fundraiserin mehr Anerkennung über die Grenzen unserer kleinen Szene hinaus erhält. Ich wünsche mir, dass Fundraising, Campaigning und Anwaltschaft stärker zusammen gedacht werden. Und ich wünsche mir, dass das Fundraiser-Magazin für diese Themen auch in Zukunft Impulse setzt.

Dorothee Vogt

Leiterin Business Development Kampagnenplattform Change.org, Hamburg

Zeit zum Lesen

Ich lese die Hefte – meist auf Zugfahrten – nahezu komplett von Anfang bis Ende. Oft schenkt mir die Bahn zusätzliche Zeit zum Lesen. Diese kurzweilige Bahnlektüre gibt mir Impulse für



meine Arbeit und ist oft Anlass für interessante Bahngespräche. Ich denke an die vergangenen zehn Jahre und daran, welch rasante Entwicklung das Fundraising genommen hat. Dabei fällt mir der Song von Xavier Naidoo ein: "Dieser Weg wird steinig und schwer." Viele Steine haben wir aus dem Weg geräumt und können getrost weitersingen: "Dieser Weg bietet noch so viel mehr." Darauf freue ich mich! Und ich wünsche mir. dass Eltern ihre Kinder und Lehrer ihre Schüler Philanthropie lehren, sodass sich künftig mehr Menschen für das Gemeinwohl einsetzen. Wir sind ein reiches Land und könnten hier mehr leisten. Und ich wünsche mir, dass viel mehr Testamente gemacht und gemeinnützige Organisationen dabei in den Blick genommen werden.

Ingrid Alken

Referentin Fundraising Akademie, Frankfurt am Main

Bitte elektronisch





Studium an der Fundraising Akademie und es sind und bleiben die jährlichen Kongresse. Meistens blättere ich mich schnell durch die ersten Seiten, um dann bei den Personalia und den schicken Fotos hängen zu bleiben. Am meisten Spaß habe ich an Fabian Fröhlich, den ich übrigens sehr gerne mal kennenlernen möchte. Aber der Mann ist ja immer so schüchtern. Für die nächsten zehn Jahre gibt es nur wenige Veränderungswünsche. Ganz oben auf ist die Bitte, das Magazin auch elektronisch erhalten zu können, ähnlich dem großartigen Archiv. Ansonsten bin ich wunschlos zufrieden.

Maik Meid

selbständiger Fundraising- und Kommunikationsberater (Maik Meid Content Fundraising), Hattingen



Blick über den Zaun



Praxisberichte von Kollegen stehen bei mir ganz oben. Gern auch als Blick über den Zaun – dass das Fundraiser-Magazin nun auch Österreich und die Schweiz berücksichtigt, halte ich für einen guten

Fortschritt. Vor zehn Jahren war die Szene noch überschaubarer und dadurch auch offener: Man kannte sich und sprach ganz offen nicht nur über Erfolge, sondern auch über Misserfolge. Zukünftig wünsche ich mir im Fundraiser-Magazin weiterhin so viel Nähe zur Praxis und zum Fundraising-Alltag. Gern noch mehr Erfahrungsberichte, wenn sich welche finden. Auch Spezialthemen lese ich immer gern, selbst wenn sie mich im Augenblick nicht unmittelbar betreffen.

Reinhard Greulich

Stiftungsreferent mit Auftrag Fundraising Stiftung zur Bewahrung kirchlicher Baudenkmäler, Hannover

Da weiß man, was man hat



Als Erstes lese ich das Editorial – da weiß man was man hat, äh... einen erwartet. Zehn Jahre... mich freut besonders der Wille zum kollegialen Austausch. Spannend ist auch, dass man nicht als Konkurrent in seinem

sozialen Anliegen wahrgenommen wird. Beim letzten Kongress hat ein motivierendes "Da würde ich auch gern spenden!" zu meinem Verein mir sehr viel Mut gemacht.

Nina Neef

Marketing & Fundraising, Nina Neef Kommunikationsberatung, derzeit bei ACT e.V., Berlin

Das kontrollierte Experimentelle



Mich faszinieren Innovationen und auch alles, was bisherige Gewissheiten in Frage stellt. Für die Zukunft wünsche ich mir im Fundraiser-Magazin mehr Wissen und nicht so viel Halb-

wissen und Verallgemeinertes. Und dann das kontrollierte Experimentelle, neue Ideen und die Erfahrungen, die bei der Umsetzung gemacht wurden – und natürlich die Rubrik: Scheitern für Fortgeschrittene.

Kai Fischer

Geschäftsführender Partner Mission-Based Consulting, Hamburg

Gern Stellung beziehen





eren", fast so schön wie "die Reise nach Jerusalem". Fundraiser in Organisationen waren früher eher Hürdenspringer bei der Umsetzung ihrer Ideen. Mittlerweile verzahnt sich das mehr in Richtung gut geöltes Projektmanagement. Für die nächsten zehn Jahre wünsche ich mir mehr Fokus und eine größere Hands-On-Mentalität. Mit Barmherzigkeit lässt sich die Welt nicht retten, das kann man auch Spenderinnen und Spendern zumuten. Natürlich gefällt es mir dann auch, wenn das Fundraiser-Magazin Stellung bezieht. Gerne also mehr davon.

Holger Menze Geschäftsführender Gesellschafter FRC Spenden Manufaktur GmbH, Berlin

Informativ und kurzweilig

Zuallererst lese ich quer, dann nehme ich Karriere und Köpfe unter die Lupe und im Anschluss die Rubrik "Branche" – das finde ich sehr informativ und kurzweilig zu lesen. Die Branche hat sich



stark verändert, professionalisiert. Das zeigt mir der Blick von außen, da ich in meiner Funktion sehr viel mit den unterschiedlichsten Fundraisern / NPOs zusammenarbeite. Das ist ein unausweichlicher Trend, da der Spenden-Markt sehr hart umkämpft ist und bleiben wird. Ich wünsche mir, dass das Fundraiser-Magazin im Grunde so bleibt, wie es ist – inhaltlich immer top aktuell, mit frischem und modernem Design. Vor allen Dingen eine weiterhin so harmonische und vor allem vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den Menschen um das Magazin, stets geprägt von Geben und Nehmen, Flexibilität und Dynamik.

Henriette Stemmler-Benz Sales & Marketing ENTERBRAIN Software AG Alzenau

Tops und Flops?



Am liebsten lese ich die Interviews, da Fundraiser und ihre persönlichen Erfahrungen mich inspirieren, neue Dinge auszuprobieren. Ich wünsche mir im Magazin die Geschich-

ten, die man eigentlich nur im persönlichen Austausch mit anderen Fundraisern erfährt. Was waren Flops, was Tops? Was hat es gekostet, wie viel Aufwand war es? Und was hat es gebracht?

Jona HölderleGründer Pluralog, Neuenhagen bei Berlin

bussgeldfundraising.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.





Der Spendenkuchen hat sich verdoppelt

Größter Trend der letzten zehn Jahre ist die Spenderbindung

September 2006. Ausgerechnet in den neuen Bundesländern, bis dahin im Fundraising eher unscheinbar, erscheint die erste Ausgabe des Fundraiser-Magazins und belebt die Szene. Der deutsche Spendenmarkt ist seitdem stark gewachsen, ausgelöst durch höhere Spenden und Spenderbindung.

Von MATTHIAS DABERSTIEL

Nach dem Spenden-Rekordjahr 2005, das durch die Tsunami-Katastrophe in Südostasien bestimmt wurde, sahen sich die Spendenorganisationen zunehmend mit Forderungen nach mehr Transparenz und geringeren Verwaltungskosten konfrontiert. Die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) fragt deshalb gemeinsam mit dem Deutschen Spendenrat in ihrer Bilanz des Helfens 2006 erstmals danach. Satte 72 Prozent der Befragten vermuteten, dass zu viel Geld der Spender in die Verwaltung ginge, und 65 Prozent wünschten sich mehr Transparenz. Werte, die man schlecht entkräften konnte. Denn der Dritte Sektor wurde in Sachen Spendenstatistik von DZI-Geschäftsführer Burkhard Wilke schon damals als "Entwicklungsland" bezeichnet. Daran hat sich bis heute wenig geändert, denn eine umfassende und kontinuierliche Spendenberichterstattung gibt es weiterhin nicht, lediglich Umfragen.

Weniger spenden mehr

Vergleicht man Untersuchungen von 2006 mit 2016, so werden Trends deutlich. Die Durchschnittsspende pro Spendenakt hat sich laut GfK von 27 Euro auf 37 Euro und die Spenden-Häufigkeit pro Spender von 4,3 auf 6,6 gesteigert. Erfreulich, wenn da nicht noch der zweite Trend wäre. Die Zahl der Spender sinkt rapide. Spendeten Ende 2005 noch die Hälfte der Deutschen, sind es



heute nur noch ein Drittel. Ähnliches, wenn auch nicht so deutlich, stellt der TNS-Emnid Spendenmonitor fest und unterscheidet zwischen Ost und West. Waren es 2006 noch 46 Prozent in West und 39 Prozent, die im Osten spendeten, sind es heute noch 44 Prozent im Westen und 33 Prozent im Osten. Eine ausgeglichene deutsche Spendenbereitschaft gab es bisher nur einmal: 2002, dem Jahr des Elbehochwassers mit 47 Prozent.

Spenden verdoppeln sich

Weniger Menschen spenden also mehr. Das von der GfK ermittelte Spendenvolumen verdoppelte sich trotzdem in den letzten zehn Jahren von 2,5 auf über 5,5 Milliarden Euro im Jahr 2015. Berechnungen des Finanzamtes auf der Basis der steuerlichen Geltendmachung von Spenden lassen sogar fast zehn Milliarden Euro für das Jahr 2015 vermuten. An dieser Range zeigt sich die Unzulänglichkeit der Spendenstatistik. Um diese Steigerungsrate einzuordnen, genügt ein Blick in die USA. Die Stiftung Giving USA lässt dort seit vielen Jahren die Spendenzahlen wissenschaftlich erheben. 2005 spendeten die Amerikaner 260,3 Milliarden Dollar; 2015 waren es 373,25

Milliarden Dollar.

Also kein Grund zur Klage? Mitnichten. Die stetige und auch gewünschte Professionalisierung im Fundraising lässt immer mehr Wettbewerber auf den Plan treten.

Mehr Wettbewerb

Gerade die Hauptzielgruppe der über 70-Jährigen bemerkt das und spendet an viel mehr Organisationen als noch 2006. Der multioptionale Spender ist geboren, und viele Organisationen verstärken die Bindungsaktivitäten, um sich ihre Klientel nicht abwerben zu lassen. Die Zahl der Vereine ist dabei nach der einzigen Vereinsstatistik der V&M Service GmbH sogar gefallen. Aber die Struktur hat sich verändert. So gibt es beispielsweise 2014 über 30 000 Vereine für Soziales und Wohlfahrt mehr als noch 2005. Vereine, die ein Fundraisingthema haben. Dagegen hat sich die Zahl der Sport- und Kulturvereine mehr als halbiert.

Methoden ändern sich kaum

Das Mailing ist für die Spenderansprache die Nummer 1 geblieben. Aber der Anteil der Spenden, die durch ein Mailing angestoßen wurden, sank laut GfK von 27,4 Prozent im Jahr 2011 auf 24,7 Prozent im Jahr 2015. Dies ist wohl auch eine Folge der Kostensteigerungen in dem Bereich. Dagegen stieg der Anteil der regelmäßigen Spenden deutlich von 43,8 Prozent im Jahr 2011 auf 46,8 Prozent im Jahr 2015. Die Kollekte verlor am meisten: Ihr Anteil halbierte sich fast auf 6,6 Prozent. Der Anteil derer, die per E-Mail oder online spendeten, lag 2012 bei 1,3 Prozent und heute bei 1,8 Prozent.

Was diese Zahlen auch zeigen ist, dass dringender denn je eine verbindliche Spendenstatistik für Wissenschaft, Politik und Öffentlichkeit nötig ist. Ein "Giving Germany Report" ist überfällig.

Fundraising-Missverständnisse

Wie viel Unternehmerdenken darf eine Non-Profit-Organisation an den Tag legen? Ist es ratsam, wie selbstverständlich Begrifflichkeiten aus der Welt des kommerziellen Marketings zu verwenden, obgleich sie im Fundraising eine andere Bedeutung haben? Hier kommen vier Fundraising-Missverständnisse, die in der Öffentlichkeit leicht zu einer Fehlwahrnehmung führen.

Strategische Spendengewinnung z\u00e4hlt nicht zu den Aufgaben einer Non-Profit-Organisation

Das wohl älteste aller Missverständnisse hält sich hartnäckig, leider auch unter dem einen oder anderen Medienvertreter. Spenderinnen und Spender verstehen hingegen sehr wohl, dass es sinnvoll sein kann Zuwendungen mit Hilfe strategischer Fundraising-Maßnahmen zu vervielfachen – wenn man sich denn die Mühe gibt, die Sinnhaftigkeit von Spendenwerbung und Neuspendergewinnung hinreichend zu erklären. Um Projektverpflichtungen nachkommen zu können, ist für die meisten Non-Profit-Organisationen ein planbarer und sicherer Zuwendungsfluss unabdingbar. Aus diesem Grunde überlassen immer mehr "Gemeinnützige" zukünftige Spendenerträge nicht mehr dem Zufall, sondern bedienen sich moderner Fundraising-Maßnahmen. Ein effizientes Kosten-Nutzen-Verhältnis, die Berücksichtigung geltender Finanzamt-Vorgaben und ethischer Richtlinien bilden hierfür den unverzichtbaren Rahmen.

Non-Profit-Organisationen müssen weniger betriebswirtschaftlich denken

"Konzentriere Dich auf Deine Kernkompetenz und lerne zu delegieren." Unternehmer, die etwas bewegen wollen, lernen dies schon sehr früh zu beherzigen. Was tatsächlich noch immer den einen oder anderen zu überraschen scheint: Non-Profit-Organisationen geht es da nicht anders! Obgleich Aufgaben, Ziele und Wege zum Erfolg andere sind müssen auch gemeinnützige Organisationen heute wirtschaftlich denken, effektiv arbeiten, Projektverpflichtungen erfüllen, Zukunft planen. Die planbare Erwirtschaftung von Spendenmitteln ist nicht einfacher geworden, der Aufbau einer komplett eigenständig agierenden Fundraising-Abteilung ist für viele Non-Profit-Organisationen mit hohem Wirtschaftlichkeitsanspruch kaum zu realisieren. Die Einbindung von Beratern und Dienstleistern kann sinnvoll sein, weil sie Kosten spart und für mehr Flexibilität sorgt. Fundraising-Agenturen wie marketwing müssen sich am Erfolg messen lassen. Nicht wenige Organisationen sind froh über zusätzliche freie Ressourcen, die sie für die Umsetzung ihrer eigentlichen Aufgaben sinnvoll nutzen können. Betriebswirtschaftliches Denken ist also sehr wohl ein zwingend notwendiges Erfolgsinstrument für jede seriös und nachhaltig agierende Non-Profit-Organisation.

Die Inanspruchnahme einer Fullservice-Agentur geht einher mit dem Verlust von Einfluss, Verantwortung und Kontrolle

Einige wenige Fundraising-Agenturen in Deutschland bieten sogenannten "Fullservice" – wieder so ein Anglizismus aus der Welt des kommerziellen Marketings, der schnell zu Missverständnissen führen kann. Dahinter verbirgt sich nämlich mitnichten die Übertragung jeglicher Verantwortung oder Kontrolle an einen Dienstleister: Fullservice bezeichnet lediglich ein Leistungsspektrum, dass sich auf alle erfolgsrelevanten Fundraising-Komponenten bezieht. Warum dies hinsichtlich der Bewertung von Fundraising-Erfolg durchaus von Bedeutung sein kann? Nehmen wir die Beauftragung unterschiedlicher Teildienstleister bei der Entwicklung einer Mailing-Kampagne. Wer trägt am Ende die Verantwortung für den Erfolg oder Misserfolg eines Fundraising-Mailings? Derjenige, der das Mailing gut oder eben nicht so gut gestaltet und getextet hat? Der IT-Dienstleister, der die richtigen (oder eben falschen) Adressen ausgewählt hat? Der Produktionsabwickler, der das Mailing ansprechend, günstig oder zu teuer hat herstellen lassen? Diese Fragen stellen sich nicht, wenn sämtliche für eine Mailing-Kamapagne ergebnisentscheidenden Instrumente in einer Hand liegen und aufeinander abgestimmt werden. marketwing zählt zu den Agenturen, die sich dieser Erfolgsverantwortung stellen: Als Berater und Dienstleister. Sämtliche Zielvorgaben, Budgetierungen und Strategie-Entscheidungen verbleiben dabei ausschließlich in der Verantwortung des Auftraggebers. Fullservice-Fundraising bedeutet also nichts anderes, als optimales Teamwork mit einem gut aufgestellten Dienstleister.

4. Fundraiser betreiben Telefonmarketing

Erfolgreiche, sensible Fundraising-Telefonie hat reichlich wenig mit den Aspekten zu tun, die man aus dem kommerziellen Telefonmarketing kennt. Dennoch ertappen auch wir uns immer wieder dabei, von "Call Center" und "Telefonmarketing" zu sprechen. Im Vordergrund eines jeden Spender-Telefonats steht immer das gute Gefühl, dass der Anrufende beim Förderer hinterlässt. Ein Lob, ein Dankeschön oder einfach eine beantwortete Frage zur Organisation: Darum geht es hier! Dass eine erfreulich große Zahl von Förderern ein angenehmes Telefonat gern zum Anlass nimmt, ihr Spenden-Engagement zu intensivieren, ist vor allem dem Fingerspitzengefühl des Anrufenden zu verdanken. Reden wir im Fundraising doch nicht länger von "Telefonmarketing" – weil ein Service-Anruf nun mal nichts mit "Verkaufen" zu tun hat (siehe "UWG"). Arbeiten wir lieber daran, das Telefon-Fundraising davon klar abzugrenzen: Damit es nicht allzu schnell mit dem telefonischen Vertrieb von Versicherungen oder Mobilfunkverträgen in einen Topf geworfen wird.

Gibt es weitere Fundraising-Missverständnisse, die Sie beschäftigen? Haben Sie Fragen oder sind Sie auf der Suche nach neuen Wegen und Ideen, die Ihr Social Marketing erfolgreicher machen? Dann schreiben Sie uns an info@marketwing.de oder rufen Sie gern an +49 (0)5131 4 52 25-0.

Fundraising-Kalender

SEPTEMBER

Basiskurs Freiwilligenkoordination

12.−14.09., Berlin ► www.ehrenamt.de

Wirkungsvolles Stiftungsfundraising

www.nonprocons.ch

Fundraising für Hochschulen

13.09., Berlin

▶ www.hochschulverband.de

Forum Zivilgesellschaft 2016: Gemeinnützig oder nicht gemeinnützig, das ist hier die Frage ...

14.09., Wien ▶ www.gemeinnuetzig.at

Seminar: Erbschaftsfundraising 15.09., München

www.ibpro.de

Stiftungen mit Blick nach vorn – für die Zukunft gut gerüstet

15.09., Trier www.pax-bank.de

Umstrukturierung von Vereinen und gGmbHs

15.09., Berlin

www.winheller.com

Gemeinnützigkeitsrecht für Sportvereine und Sportverbände 16.09., Frankfurt am Main

▶ www.winheller.com

Vereinsrecht "kompakt" -Die rechtssichere Gestaltung des Vereinsalltags

▶ www.npo-akademie.at

Barcamp Digitale Nachbarschaft

16.09., Kassel ▶ www.digitale-nachbarschaft.de

Start: Intensivkurs Zertifizierter Stiftungsberater

19.09., Jena

www.winheller.com

Erfahrungsaustausch für Stiftungen: Kunstförderung für Stipendienstiftungen 20.09., Zürich

▶ www.stiftung-und-nachhaltigkeit.ch

Social-Media-Tools kennen und nutzen lernen 20.09., Stuttgart

▶ www.verbaende.com

Tagesseminar: Stiftungsmanagement 20.09., Vaduz/Lichtenstein

www.ceps.unibas.ch

Seminar: Aktuelles Gemeinnützigkeitsrecht

21.09., Frankfurt am Main

▶ www.winheller.com

faith+funds 2016-Fachtagung Fundraising für Kirche, Caritas und Diakonie

21. & 22.09., Ludwigshafen www.fundraisingverband.de

Professionelles NPO Management 21. & 22.09., München

▶ www.ibpro.de

Strategische Fundraising-Planung 22.09., Basel

▶ www.nonprocons.ch

Texten und Bloggen für politische Kampagnen 22.09., Zürich

www.kampagnenforum.ch

Grundlagenseminar: **Gemeinnützigkeitsrecht** 23.09., Frankfurt am Main

www.winheller.com

Gemeinnützigkeitsrecht für Sportvereine und Sportverbände 23.09., Wetzlar

www.winheller.com

Fundraising & Öffentlichkeitsarbeit 23. & 24.09., Weimar > www.mittel-wege.de

Praxisworkshop: Vorstandsarbeit mit Gewinn und Freude – Aufgaben und Zusammenarbeit von Vereinsvorständen

23. & 24.09., Königswinter ▶ www.mitarbeit.de

Erfolgreich Ehrenamtliche gewinnen und begleiten in Freiwilligendienst-Organisationen

26.−28.09., Berlin

www.ehrenamt.de



Erbrecht und Vorsorge e.V. 7. DIGEV-Praxisseminar

Fundraising und Erbrecht 27. September 2016 München

www.digev-ev.de

DIGEV-Praxisseminar Fundraising und Erbrecht 27.09., München ▶ www.digev-ev.de

Erfolgreich Spender und Sponsoren gewinnen – Die Starthilfe in Ihr professionelles Fundraising 27. & 28.09., Frankfurt am Main

www.fundraising-praxis-seminare.de

Grants – Wie NPOs erfolgreich an "calls for proposals" teilnehmen

28.09.. Wien

▶ www.npo-akademie.at

Infotag: Software und IT für Verbände und Organisationen

28.09., Berlin

▶ www.infotag-software.de

Panelgespräch: CO2 und mein Stiftungsvermögen – Wie Stiftungen ihre Rendite erhöhen und ihren CO2-Fußabdruck vermindern 28.09.. Zürich

www.stiftung-und-nachhaltigkeit.ch

medfund-Workshop: A, B oder C? Der richtige Weg für Ihren Einstieg ins Krankenhaus- und Klinikfundraising

▶ www.steinrueckeundich.de

RaiseNow Inspire!

28.09., Zürich ▶ www.raisenow.com

Fundraising für öffentliche und private Schulen und Internate

28. & 29.09., Bad Boll

www.ev-akademie-boll.de

Fundrajujng TAG

POTSDAM. 29. SEPTEMBER 2016

INFORMATIONEN & ANMELDUNG www.fundraisingtage.de

Fundraisingtag Berlin · Brandenburg

29.09., Potsdam ▶ www.fundraisingtage.de

Geldauflagen-Marketing kompakt -Worauf es in der Praxis ankommt

29.09., Frankfurt am Main www.fundraising-praxis seminare.de

Antragswerkstatt von Fördermittel-Basics bis zu Antrag

29.09., Mannheim-Käfertal

www.foerdermittelakademie.com

Wie vereint man sich in Zukunft? 29. & 30.09., Halle ▶ www.callformembers.de

Seminar: Die gemeinnützige GmbH (gGmbH)

30.09., Berlin

www.winheller.com

Major Donors finden, gewinnen, binden 30.09., Zürich

www.kampagnenforum.ch

OKTOBER

Start Zertifikatslehrgang: Professionelles Freiwilligen-management in NPOs

o3.10., Wien ▶ www.npo-akademie.at

Öffentlichkeitsarbeit

04.10., Zürich ► www.kampagnenforum.ch

Stiftungen mit Blick nach vorn – für die Zukunft gut gerüstet

04.10., Mainz ▶ www.pax-bank.de

Fördermittel für gemeinnützige Organisationen

o5.10., Frankfurt am Main ▶ www.kompakt.foerder-lotse.de

Treffen der Fachgruppe Bildung des DFRV

o5.10., Bonn ▶ www.fundraisingverband.de

Nicht immer einer Meinung!? Konfliktmanagement in Beteiligungs-und Kooperationsprozessen 07. & 08.10., Frankfurt am Main

▶ www.mitarbeit.de

Kulturfinanzierung und Fundraising: Grundlagen, Strategie, Praxis; berufsbegleitende Weiterbildung

07.10.−18.04.2017, Potsdam ► www.fh-potsdam.de

Start Zertifikatslehrgang: Prozess und Qualitätsmanagement in NPOs

10.10., Wien ▶ www.npo-akademie.at

Österreichischer

Fundraising Kongress
10. & 11.10., Wien

▶ www.fundraisingkongress.at

Kultur braucht Freunde! Auf- und Ausbau von Freunde-Verei-nen/Klubs für Kulturinstitutionen 11.10.. Berlin

▶ www.npo-akademie.de

Strategische Planung für NPO

▶ www.nonprocons.ch

Mehr Wirkung durch Einsatz von Filmen (Videos) in der NPO-Kommunikation

12.10., Berlin

www.npo-akademie.de

Seminar: Unternehmenskooperationen

12.10., München ▶ www.ibpro.de

Fachtagung Kulturfundraising und -sponsoring 12.10., Wien ▶ kultur.fundraising.at

ENTERBRAIN-Workshop

13.10., Hainburg ▶ www.enterbrain.ag

Fördergelder für Vereine und gemeinnützige Organisationen

13.10., Mannheim-Käfertal www.foerdermittelakademie.com

Europäische Fördergelder und Subventionen

Subventionen 14.10., Mannheim-Käfertal www.foerdermittelakademie.com

Impuls-Workshop: Die Generation Y verstehen

14.10., Berlin www.minds-makers.com

Start Zertifikatslehrgang: NPO-Führungskräfte-Training

www.npo-akademie.at

Intensivseminar Zivilgesellschaft

17.10., Berlin ▶ www.maecenata.eu

Kultur braucht Freunde! Auf- und Ausbau von Freunde-Vereinen/Klubs für Kulturinstitutionen

18.10., Wien

▶ www.npo-akademie.at Die gemeinnützige GmbH (gGmbH)

▶ www.winheller.com medfund-Treff: Mit Prominenten

Ihrem Anliegen Schwung verleihen



International

Fundraising Congress 18.−21.10., Noordwijkerhout www.resource-alliance.org

NPO-Kongress

19. & 20.10., Wien

www.controller-institut.at

Events als PR- und Fundraisingtool

20.10.. Wien



Fundraising-Forum 2016 für Kirche und Diakonie

20.10., Nürnberg ▶ www.forum-2016.org

re:publica

20.10., Dublin

www.re-publica.com

Ökumenischer Kongress kirchlicher Stiftungen

21.10., Köln

▶ www.stiftungen.org

Impuls-Workshop: Die Generation Y verstehen

24.10., Köln ▶ www.minds-makers.com

Grundlagenseminar: Gemeinnützigkeitsrecht

24.10., München www.winheller.com

Start: Intensiv-Lehrgang CAS Global Social Entrepreneurship

25.10., Universität Basel www.ceps.unibas.ch

Seminar: Spendenbriefe

25.10., München ▶ www.ibpro.de

Wirkungsvolles Stiftungsfundraising 26.10.. Basel

▶ www.nonprocons.ch

medfund-Treff: Erfolgreiches Stiftungsfundraising

▶ www.steinrueckeundich.de



ConSozial 2016

26. & 27.10., Nürnberg ▶ www.consozial.de

Global Perspectives Conference

Einzigartig vielfältig.

26.-28.10.. Berlin

► www.civic-space.org Kreis Junge Menschen und Stiftungen – Herbsttreffen: Berufliche Wege im Stiftungswesen 28. & 29. 10., Hamburg > www.edb-stiftung.de

Praxiswissen für Vereinsvorstände

29.10., Köln www.vereinsknowhow.de

reCampaign 31.10. & 01.11., Berlin ▶ www.recampaign.de

NOVEMBER

Systemisches Fundraising in Non-Profit-Organisationen – Aufbau und Implementierung

o3.11., Hamburg

▶ www.erzbistum-hamburg.de

Schweizer Stiftungstag 2016

03.11., Luzern

www.profonds.org

Erfolgreiche Korrespondenz mit Spenderinnen und Spendern – Mit gelun-genen Texten ansprechen und binden 03.11., Wien

www.npo-akademie.at

Strategische Fundraising-Planung

o3.11., Basel ▶ www.nonprocons.ch

kultur 3.11.2016 marken night of cultural brands kultur 3./4. 11.2016

www.kulturmarken.de

KulturInvest-Kongress 2016

kongress

03. & 04.11., Berlin ▶ www.kulturinvest.de

Projektentwicklung

04.11., Weimar ▶ www.mittel-wege.de

Start Zusatzqualifikation: Führen und Leiten in Non-Profit-Organisationen

o7.11., München ▶ www.ibpro.de



Tagung Museumsmanagement 2016

o7. & o8.11., Rosengarten-Ehestorf

▶ www.arbeitskreis-museumsmanage ment.de

Intensiv-Lehrgang Finanzmanagement in NPOs 07.–11.11., Gunten > www.ceps.unibas.ch

Stiftungs-Fundraising **für Fortgeschrittene** 08.11., Basel

▶ www.nonprocons.ch

In fünf Schritten zum erfolgreichen Förderantrag 09.11., Frankfurt am Main

www.foerder-lotse.de

Social Innovation and Global Ethic Forum 2016 09.-11.11., Marrakesch

www.sigef2016.com

Master Class - Spendenmailing

10.11., Köln ▶ www.npo-akademie.de

Aktuelles Gemeinnützigkeitsrecht 10.11.. Berlin

▶ www.winheller.com

Seminar: Online-Fundraising

10.11., München ▶ www.ibpro.de

19. Bad Honnefer Fundraising Forum

10.11., Bad Honnef ▶ www.gfs.de

Großspenden- und Nachlass-Fundraising

11.11., Berlin

▶ www.freiwilligenakademie.de

Workshop "Social Reporting Standards" 11.11., Berlin

www.phineo.org

Hamburger Tage des Stiftungs- und Non-Profit-Rechts 11. & 12.11., Hamburg ▶ www.hamburger-tage.net

Praxiswissen für Vereinsvorstände

12.11.. Frankfurt am Main

www.vereinsknowhow.de

Ökumenischer Fundraisingtag

12.11., Hamburg ▶ www.oekft.de

Neue Verbindungen schaffen-Unternehmenskooperationen vor Ort initiieren

14.11., Berlin

▶ www.upj.de

Basiskurs Freiwilligenkoordination 14.–16.11., Berlin www.ehrenamt.de

Wirkungsvolles Stiftungsfundraising

15.11., Basel ▶ www.nonprocons.ch

Seminar: Steuerprobleme und -risiken der Gemeinnützigen

16.11., Bonn ▶ www.verbaende.com

Antragswerkstatt von Fördermittel-Basics bis zu Antrag

17.11., Mannheim-Käfertal

www.foerdermittelakademie.com

Fundraising zwischen Zufall

und System 19.11., Georgsmarienhütte www.freiwilligenakademie.de

Praxisforum **gemeinnütziger Mittler** 22.11., Frankfurt am Main

▶ www.upj.de

Den Fördermitteldschungel durch**dringen** 22.11., Berlin

▶ www.verbaende.com

Grundlagenseminar: Gemeinnützigkeitsrecht

24.11., Köln

www.winheller.com

Fundraising für Hochschulen 24.11., Mannheim ▶ www.hochschulverband.de

Seminar Kampagnenstrategie

25. & 26.11., Berlin

▶ www.campaigning-academy.com

Grundlagenseminar: Gemeinnützig-keitsrecht 28.11., Hannover

▶ www.winheller.com

Neue Verbindungen schaffen - Unternehmenskooperationen vor Ort initiieren

28.11., Würzburg

▶ www.upj.de

Aufbaukurs Fundraising für gemein**nützige Projekte** 30.11., Zürich

www.kampagnenforum.ch

medfund-Workshop: Gewusst wie? GroßspenderInnen richtig identifizieren und ansprechen

30.11.. Köln

www.steinrueckeundich.de

Praxisseminar: Effizientes Projektmanagement im Fundraising

30.11.-01.12., Nürnberg ▶ www.projekt.foerder-lotse.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

(CHF 125,-)

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

Telefon: +49 (0)351/87627-70, termin@fundraising-kalender.de

Haben Sie Fragen zu Kalender-Anzeigen, sprechen Sie bitte mit Matthias Daberstiel.

* zuzüglich Mehrwertsteuer, gilt ausschließlich für Kalender-Anzeigen!

Museum 2.0



Befindet sich Ihr Museum in öffentlicher Trägerschaft? Dann haben Sie sich möglicherweise an das trügerische Gefühl finanzieller Sicherheit gewöhnt? Besser nicht. Das Freilichtmuseum am Kiekeberg lädt im November wieder zur Museumsmanagementtagung. Thema sind die vielfältigen Wege, Drittmittel zu finden.

13. Museumsmanagement-Tagung am 7. und 8. November im Freilichtmuseum am Kiekeberg

www.arbeitskreis-museumsmanagement.de



Fundraising studieren

Endlich ist es so weit. Mit dem Masterstudiengang "Fundraising-Management und Philanthropie" an der Hochschschule Ludwigshafen am Rhein startet der erste universitäre Studiengang zum Fundraising in Deutschland. Gemeinsam mit der Management Akademie Heidelberg und der Fundraising Akademie wurde ein Curriculum entwickelt und zertifiziert, das mit einem Master of Arts berufsbegleitend abgeschlossen werden kann. Das zweijährige Studium ist auch für Praktiker mit Fundraisingerfahrung ohne bisherigen Hochschulabschluss möglich und startet zum Sommersemester 2017.

Masterstudiengang Fundraising-Management und Philanthropie, April 2017, in Ludwigshafen

www.mah-hd.de/studiengaenge/

Neuspender

Ganz im Zeichen des Neuspenders steht das diesjährige Bad Honnefer Fundraising Forum und meint "gekommen, um zu bleiben". Neuspenderbindung lautet also das gesetzte Ziel. Nico Reis (Altruja) ist nur einer der Referenten, der weiß, wie es geht und meint: "Geknutscht wird nicht beim 1. Date!" Sicher ist sicher. Bei der Spenderbindung via Telefon (Welcome Calls, Eva Fuchs-Mischkulnig, TeleDIALOG) gestaltet sich dieser Punkt wohl weniger risikobehaftet. Aber Spender kann man auch ganz ohne Maßnahmen binden. Der Meinung ist zumindest Axel Götz von GFS Fundraising Solutions.

19. Bad Honnefer Fundraising Forum am 10. November in Bad Honnef

▶ www.gfs.de

Ökumenischer Fundraisingtag

Der 4. Ökumenische Fundraisingtag am 12. November 2016 in Hamburg widmet sich diesmal dem Thema "Bewegende Momente. Neues freiwilliges Engagement in der Flüchtlingshilfe – Was heißt das für das Fundraising?" Mit diesem aktuellen Thema tragen die Veranstalter der Diözesen Hildesheim und Hamburg sowie der Landeskirche Hannover und der Nordkirche auch den Spendenerfolgen der letzten Monate in diesem Bereich Rechnung und versprechen einen Tag voller spannender Ideen, Wissen und Erfahrungen von Praktikern.

4. Ökumenischer Fundraisingtag, 12. November 2016 in Hamburg

▶ www.oekft.de

Wien setzt auf die Kraft der Innovation

Der 23. Österreichische Fundraisingkongress will die Zukunft gestalten

Vier Schwerpunkte setzt der diesjährige Österreichische Fundraisingkongress im Oktober in Wien: Charity Events, Fundraising-Tools, die Macht der Daten und innovatives Wachstum sind die zentralen Themen, denen sich die einzelnen Sessions widmen. Und wer zwischendurch mal durchatmen will: An beiden Tagen bietet am Nachmittag eine Yoga-Pause die Möglichkeit zur Entspannung. Neben einer Vielzahl von Table-Sessions stehen Innovation-Labs auf dem Programm, die besonderes Augenmerk auf aktuelle Trends legen. Beispiele hier sind der Einsatz von Tablets im F2F-Fundraising und neuartige Bankendienstleistungen. Ein Höhepunkt des ersten Tages kommt bereits



vor der obligatorischen Verleihung der Fundraising Awards (Foto). Am Nachmittag moderiert Jan Uekermann (Community Manager, RaiseNow) ein besonderes Format mit dem Titel "Die beste Idee, die ich selbst gern gehabt hätte". Innerhalb einer Stunde werden zehn spannende Fundraising-Ideen der letzten Jahre vorgestellt. Am Nachmittag des zwei-

ten Tages heißt es "The doctor's in!". In der Fundraising-Klinik bieten vier Experten die Möglichkeit, in einem 15-minütigen Gespräch das eigene aktuelle Fundraising-Projekt vorzustellen und sich Tipps und Tricks für den weiteren Weg geben zu lassen.

Den Abschluss bildet die Keynote von Thomas Neukirchen (Fundgiver Social Marketing GmbH), in der er einen Blick in die Zukunft wirft: Fundraising 2030. Fest steht dabei wohl zweifelsfrei, dass dieser Blick in die Glaskugel nicht nebulös ausfallen wird.

23. Österreichischer Fundraisingkongress am 10. und 11. Oktober in Wien

www.fundraisingkongress.at

Akademie Beratung Wissen





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

Unternehmerische Verantwortung als Beruf

In Kooperation mit





Onliner unter sich



Pokémon Go hat es deutlich gezeigt: Gamification ist im Online-Bereich ein großes Ding. Auch wenn es bis zur nächsten reCampaign noch bisschen hin ist, kann man mit Sicherheit davon ausgehen, dass das Spiel auch dort Thema sein wird. Erneut werden um die 300 Gäste aus NGOs, Stiftungen und Sozialunternehmen erwartet, die sich über weitere Trends im Online-Campaigning austauschen. Keynotes, Barcamps und jede Menge Überraschungen stehen wieder auf dem Programm.

reCampaign 2016 am 31. Oktober und 1. November in Berlin www.recampaign.de



Starke Kultur

Stefan Wollmann (Berliner Festspiele) will aus einem Kreislauf ausbrechen: Sein Vortrag "Was wir uns und anderen erzählen" wird als Plädoyer gegen die stetige Klage über unzureichende Finanzmittel in der Kulturbranche die zweite Fachtagung dieses Bereiches eröffnen. Neben Best-Practice-Beispielen wie das Kulturpatenschafts-Modell des Wiener Weltmuseums können die Teilnehmer auch erfahren, wie sie sich erfolgreich um Grants US-amerikanischer Stiftungen bemühen können. Aber auch Kleinspender stehen auf dem Programm und die Frage, wie man diese mittels Mailings erreichen kann.

Fachtagung Kulturfundraising und -sponsoring, 12. Oktober in Wien ► http://kultur.fundraising.at

Fragen stellen und £100 sparen

Ende Oktober blickt die weltweite Branche wieder nach Holland, wenn der Internationale Fundraisingkongress dieses Mal "die richtigen Fragen stellen" will. Unter diesem Motto sollen die Teilnehmer ihre Komfort-Zone verlassen und sich auf die eigentlichen Fragen konzentrieren. Die zu ergründen wird der Kongress ausreichend Gelegenheit bieten. Und wie immer sind bereits einige der Masterclasses ausverkauft. Aber auch bei den mehr als 100 Sessions ist mit Sicherheit das richtige Thema für jeden dabei. Leserinnen und Leser des Fundraiser-Magazins erhalten Sonderkonditionen: Sie sparen £100! Dafür einfach eine E-Mail an ifc@resource-alliance.org senden.

International Fundraising Congress vom 18. bis 21. Oktober in Noordwijkerhout, Holland

▶ www.resource-alliance.org/ifc/fm

Homo donator

Geben zwischen Solidarität und Hierarchie. So lautet der Titel der diesjährigen Hamburger Rede, die Prof. Dr. Frank Adloff (Universität Nürnberg-Erlangen, Institut für Soziologie) im Rahmen der Hamburger Tage des Stiftungs- und Non-Profit-Rechts an der Bucerius Law School halten wird. Im Fokus der Veranstaltung stehen unter anderem die Stiftungsrechtsreform 2016/2017, Sponsoring im Kontext der neuen europäischen CSR-Richtlinie und Stiftungsunternehmen als hybride Organisationen.

16. Hamburger Tage des Stiftungs- und Non-Profit-Rechts am 11. und 12. November in Hamburg

▶ www.hamburger-tage.net

Kurzgefasst...

re:publica goes Dublin

Dublin wird am 20. Oktober eine erstaunlich hohe Anzahl von Bäckerkisten an einem Ort zu sehen bekommen. Die weißen Plastikteile dienen auch dieses Mal als multifunktionale Ausstattungsstücke für die re:publica. Das Festival für die digitale Gesellschaft erwartet in diesem Jahr mehr als 8000 Teilnehmer mit 770 Referenten aus mehr als 60 Ländern.

www.re-publica.de

SIGEF 2016

Die diesjährige Ausgabe des Social Innovation and Global Ethics Forum lädt in warme Gefilde: Zeitgleich mit dem Treffen der Vereinten Nationen findet das Forum in Marrakesch statt. Im November kommen dabei Experten aus den Bereichen Social Entrepreneurship, CSR, Venture Philanthropy und Impact Investment aus mehr als 120 Ländern zusammen.

▶ www.sigef2016.com

Global Perspectives Conference

Die Zukunft des zivilen Raumes wird vom 26.–28. Oktober in Berlin diskutiert werden. Im Rahmen der Konferenz wird die Civic Charter, das globale Rahmenwerk für Standards im zivilrechtlichen Engagement veröffentlicht (siehe Seite 60). Die Organisatoren scheuen dabei auch nicht vor Provokation zurück: Eine der Rednerinnen wird Nadya Tolokonnikova sein, Mitglied der Pussy Riots.

▶ www.civic-space.org

Stiftungsfundraising

Laut NonproCons werden 80 Prozent aller Finanzierungsgesuche an 20 Prozent aller Förderstiftungen gerichtet. Um das zu ändern und die vielfältigen Möglichkeiten aufzuzeigen, bietet die Beratungsfirma am 26. Oktober in Basel einen Workshop rund um erfolgreiches Stiftungsfundraising. Dabei werden auch die eigenen Projekte diskutiert und auf ihre Eignung für konkrete Förderstiftungen hin abgeklopft.

www.nonprocons.ch

Führung in NPOs

Als Zusatzqualifikation bietet die IBpro in München die viermodulige Weiterbildung "Führen und Leiten in Non-Profit-Organisationen". Führen eines Teams wie auch Führung einzelner Mitarbeiter sind ebenso Teil des Lehrgangs wie erfolgreiches Selbstmanagement. Das erste Modul findet vom 7. bis 9. November statt. Die weiteren Module liegen im Februar, Mai und Juli 2017.

▶ www.ibpro.de

Licht unterm Scheffel?

Keine falsche Bescheidenheit! Fundraising Forum für Kirche und Diakonie 2016

Das Kompetenzzentrum Fundraising bei der Evangelisch-Lutherischen Landeskirchenstelle Ansbach ruft als Veranstalter des diesjährigen Forums dazu auf, das eigene Licht nicht unter den Scheffel zu stellen. Denn mit falscher Bescheidenheit lässt sich kein Fundraising-Projekt erfolgreich umsetzen. Und dass dem tatsächlich so ist, zeigt Matthias Daberstiel, Mitherausgeber des Fundraiser-Magazins, in seinem Fachvortrag auf der Basis demografischer Daten. Ein weiterer Höhepunkt wird der Vortrag von Benediktinermönch Anselm Grün sein, in dem er die Notwendigkeit von Kirche und Religion in der heutigen Zeit hinterfragt. In den Seminaren darf natürlich das Thema Online-Fundraising nicht fehlen. Anmeldeschluss ist der 1. Oktober.

Fundraising Forum für Kirche und Diakonie 2016 am 20. Oktober in Nürnberg

www.owlgoesfundraising.com



Sehr geehrte Fundraiserin, sehr geehrter Fundraiser,

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

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

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

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

Wir freuen uns auf Sie.

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



Das sagen unsere Leserinnen und Leser...

Raum auch für die "Kleinen"



Mein Lese-Verhalten beim Fundraiser-Magazin? Zuerst werden die Seiten überflogen beziehungsweise "gescannt" (Suche nach Vorteilen). Fotos, textliche Hervorhebungen oder sonstige grafisch dominante Elemente sorgen für die ersten Stopps.

Danach wird sorgfältig gelesen – gern das Titelthema, Branchenmeldungen oder interessante Fachbeiträge (z.B. zum Blickverlauf beim Lesen von Fundraising-Briefen).

Wenn ich zurückblicke, denke ich gern an die noch immer enorme Hilfsbereitschaft in der Bevölkerung - häufig gerade von Menschen mit sehr überschaubaren finanziellen Mitteln. An die Fundraising-Preis-Verleihung 2013 mit Auszeichnung der Gründer. An den viermillionsten Spender, den wir im Auftrag unserer Partner in der marketwing-Fundraising-Datenbank verwalten. Vom Fundraiser-Magazin wünsche ich mir weiterhin eine interessante Berichterstattung, die durchaus auch mal kritisch sein darf. Redaktionellen Raum auch für die "Kleinen": Gute Ideen sind nicht unbedingt eine Frage der Organisationsgröße. Eine objektive Auseinandersetzung mit Watchdog-Organisationen, ethischen Richtlinien und öffentlicher Fundraising-Fehlwahrnehmung.

Alexander Thurow

Geschäftsführender Gesellschafter marketwing GmbH, Garbsen

Mehr Best-Case-Studien



Die Fundraising-Szene in der Schweiz hat sich in den vergangenen Jahren stark weiter entwickelt. Der Beruf Fundraiser hat sich zu einer anerkannten Tätigkeit etabliert. Die zunehmende

Digitalisierung des Fundraisings macht den Beruf attraktiver, abwechslungsreicher, aber auch anspruchsvoller. Wer im digitalen Fundraising permanent am Ball bleibt, hat auch in Zukunft gute Berufsaussichten. Ich lese im aktuellen Heft in der Regel zuerst die Titelstory. Am liebsten würde ich mehr Best-Case-Studien lesen, die mit vielen harten Fakten unterlegt sind.

 $\textbf{Baldwin Bakker,} \ \mathsf{Gesch\"{a}ftsleiter} \ \mathsf{Corris} \ \mathsf{AG}, \mathsf{Z\"{u}rich}$

Name ist Programm



Am besten gefällt mir die Kolumne "Das Letzte". Herr Fröhlich versteht es mit dem richtigen Quäntchen Humor den alltäglichen Dingen zu begegnen und zaubert

auch mir mit seinem Stil stets ein Lächeln ins Gesicht. Sein Name ist einfach Programm.

Besonders toll fand ich immer den Überblick des Fundraiser-Magazins über die aktuellen Trends in der Welt des Spendensammelns. Auf diese Weise wurde auch ich weitsichtiger und offener für viele kreative, innovative und mutige Ideen und Kampagnen, die die Fundraising-Welt bereichern. Ich möchte auch weiterhin von vielen neuen Ideen hören. Bitte sucht weiter nach neuen Wegen, nach noch mehr Mut, auch mal quer zu denken und versucht auch weiterhin, den Blick über den Tellerrand schweifen zu lassen.

Adina Kindler

Partner Managerin bei GRÜN spendino Grün Software AG, Aachen

Konstruktive Medienkritik



Am liebsten lese ich kluge, gut geschriebene Artikel oder Interviews, von denen ich etwas lernen kann und jene, die mit beliebten, wirklichkeitsfremden Vorstellungen aufräumen. Die schönsten Fundraising-Erfahrungen bereiten mir immer die

Förderer. Besonders dann, wenn mein Konzept zuerst mit "Das geht gar nicht!", kommentiert wird, wenn es dann doch zustande kommt, weil die Förderer dann zeigen, dass es richtig ist, ihnen zu vertrauen. An der "Szene" erfreue ich mich bei den Kongressen zweimal im Jahr. Besonders erfreulich ist aus meiner Perspektive schon seit 20 Jahren, dass wir Fundraiser kontinuierlich professioneller werden, ohne unseren Charakter zu verlieren. Ich wünsche mir konstruktive Medienkritik wie bei "Zapp" und eine konzertierte Gemeinsinn-Kampagne, um ein Gegengewicht zu den Desinformationen zu entwickeln, die in den "seriösen" Medien permanent verbreitet werden.

Tyark Thumann, M.A.

Geschäftsführer, Fundraiser, Pressesprecher, Konzeptioner, Texter, Autor DIE FUNDRAISER GmbH Bremen, Hamburg, Wien

Fundraising-Geschichte(n)

Zehn Jahre: Ich denke besonders an den zunehmenden Grad der Professionalisierung des Fundraisings durch Gründung des Verbands, der Akademie, der Kongresse, Fach-



tagungen und Regionalgruppen. Im Fundraiser-Magazin möchte ich gern Erfahrungsberichte, auch negative, Fundraising-Trends und Geschichten aus dem Fundraising-Alltag lesen.

Dr. Christoph Müllerleile

Selbständiger Fundraising-Berater, Oberursel

Ein Grund zum Feiern!



Das Fundraiser-Magazin begleitet mich nun schon über neun Jahre – kompetent, immer aktuell und sehr praxisbezogen. Es ist und bleibt für mich eines der wichtigsten Fundraising-Fachmaga-

zine. Ein Grund zum Feiern! Ich wünsche der Redaktion auch in Zukunft, ihren Anspruch beizubehalten und freue mich weiterhin auf gute Zusammenarbeit und natürlich auf die nächsten Ausgaben.

Katja Prescher

Senior Consultant Fundraising & Campaigning getunik AG, Zürich

Weitere zehn Jahre



Preisgelder von rund 600 Auszeichnungen für freiwilliges Engagement sind in der Preise-Datenbank des Deutschen Engagementpreises zu finden. Gut, dass dieses Fundraisinginstrument die

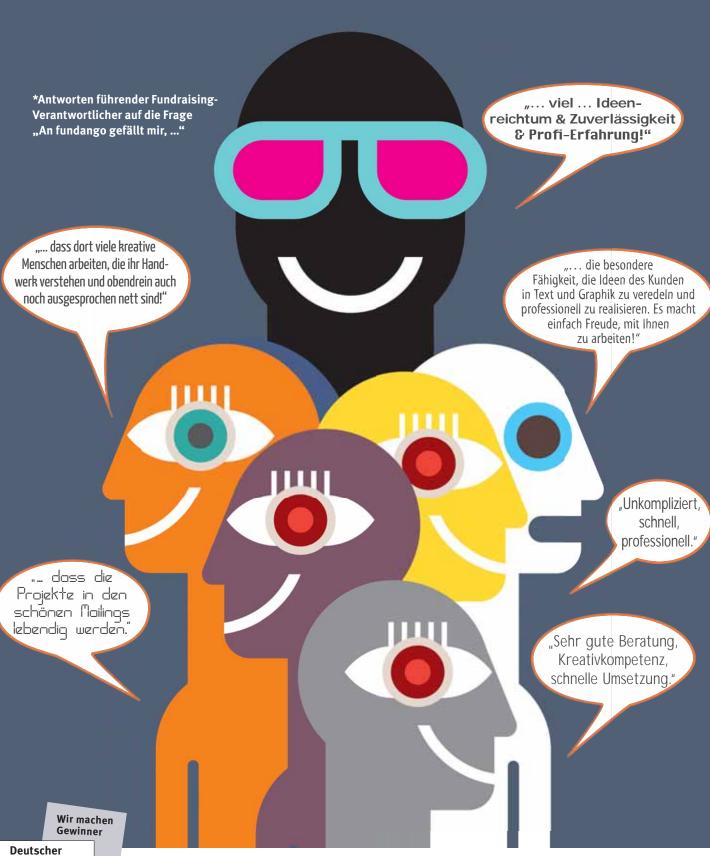
Auszeichnungslandschaft für den Dritten Sektor transparenter macht! Ich wünsche mir noch mehr Artikel zu Praxis & Erfahrungen und weitere zehn Jahre Fundraiser-Magazin!

Mira Nagel

Leiterin Deutscher Engagementpreis, Bundesverband Deutscher Stiftungen, Berlin

Warum wir uns kennenlernen sollten?

Fragen Sie doch einfach mal unsere Kunden, was ihnen an fundango gefällt!*



Deutscher Fundraising-Preis

2016

"Bestes Mailing" * Malteser Hilfsdienst e.V. Richartzstraße 10 · 50667 Köln Telefon 0221 / 677 845 - 90 www.fundango.de · kontakt@fundango.de



Jetzt gibt's Saures









Die langen Schatten der Icebucket-Challenge: Jetzt ruft Vier Pfoten – Stiftung für Tierschutz zur "Lemon Challenge" auf. Mit dem Biss in eine Zitrone und einem Video der Aktion, das man unter #2sourzignore auf Social-Media-Kanälen teilt, soll die Solidarität mit den Tieren im Khan Younis Zoo in Gaza gezeigt werden, die unter den extrem schlechten Haltungsbedingungen leiden. Wer den Biss in die saure Frucht scheut, soll stattdessen eine Summe spenden, damit die Tiere schnellstmöglich abtransportiert werden können.

► www.vier-pfoten.de ► www.four-paws.org/gaza

Direkt aus der Praxis

Ein neues E-Book will Freiwillige und Profis unterstützen



Die Möglichkeiten, Flüchtlingen zu helfen, sind beinahe so zahlreich wie die Flüchtlinge selbst. Die Stiftung Bürgermut hat deshalb zusammen mit der Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen (bagfa) das E-Book "Refugees. Richtig gute Projekte, Tipps & Tools" herausgegeben, das auf 176 Seiten über ein Dutzend Projekte vorstellt, die sich bereits in der Praxis bewährt haben und weitere Unterstützer suchen. Damit die Inhalte des Buches nicht nur trockene Theorie bleiben, beantworten erfahrene Praktiker

unter anderem zehn Fragen, mit denen sich Freiwillige immer wieder konfrontiert sehen, zum Beispiel: "Wie überwinde ich Sprachbarrieren?" und "Wie gehe ich mit Unterkunft-Betreibern um?" Außerdem gibt es eine Übersicht über Apps, Maps, Tools und Plattformen zur Flüchtlingsarbeit. Das Buch ist kostenlos erhältlich unter www.opentransfer.de und als epub-Format auf allen Buchhandelsplattformen.

Stiftung Bürgermut/bagfa (Hg.): Refugees. Richtig gute Projekte, Tipps & Tools". 2016. 176 Seiten. ISBN: 978-3-7396-5921-3. kostenlos erhältlich

MEINE MEINUNG

"Schadensbegrenzung für übergewichtige Grundschüler?"

Ein Kommentar von UTE NITZSCHE



Die McDonald's Kinderhilfe Stiftung tut sicher viel Gutes. Im Juli verkündete sie per Pressemitteilung, dass das 2012 zusam-

men mit der Stadt Essen und dem Deutschen Kinderschutzbund Essen an den Start gegangene Kindergesundheitsmobil eine Erfolgsgeschichte sei. Das Mobil wartet an Kitas, Schulen und Flüchtlingsunterkünften, um Kinder und ihre Eltern in Essener Problemvierteln für die Themen Gesundheit, Bewegung, Wahrnehmung und – Achtung! - Ernährung zu sensibilisieren. Nun ist das Fritten- und Burger-Paradies, aus dem die Stiftung hervorgeht, nicht als Anlaufstelle für Gesundheitsapostel bekannt. Das "Happy Meal" für Kinder sieht zum Beispiel so aus: Chicken McNuggets, Hamburger oder Cheeseburger, Pommes oder "Snack Salad", Bio-Apfelschorle oder -Milch, Capri-Sonne, Wasser oder Orangensaft, "Frucht-Quatsch" (ein Frucht-Pürree) oder eine Bio-Apfeltüte. Bei solch einer "gesunden" Ernährung dauert es freilich nicht lange, bis sich Schlangen vor dem Gesundheitsmobil bilden. Auf dessen Homepage steht sogar, man wolle "die Kindergesundheit stärken". Und was heißt das dann? Schadensbegrenzung für fastfoodgeschädigte, übergewichtige Grundschüler? So wirklich wundert es mich nämlich nicht, dass die Aktion ausgerechnet an einem sozialen Brennpunkt so erfolgreich sein soll. Das bekannte Schnellrestaurant um die Ecke wird schon für Zulauf sorgen. Irgendwie liegt mir das Projekt ziemlich schwer im Magen.

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

Kurzgefasst...

Helmut Schmidt Stiftung geplant

Der Kulturausschuss des Deutschen Bundestags hat im Juli einen Gesetzentwurf der CDU/CSU- und der SPD-Bundestagsfraktion zur Errichtung einer Bundeskanzler-Helmut-Schmidt-Stiftung angenommen. Die Stiftung soll an das politische Wirken des Altbundeskanzlers für die Freiheit und Einheit Deutschlands erinnern. Dazu soll unter anderem in Hamburg ein Helmut-Schmidt-Zentrum entstehen.

Stiftungsführer für Hamburg

Für das Rhein-Main-Gebiet gibt es ihn schon, nun ist auch für Hamburg und Schleswig-Holstein ein Stiftungsführer erschienen. Er beinhaltet Porträts von Stiftungen und eine Linkliste und lag im Juli der "Zeit" bei, ist aber auch noch als PDF abrufbar. Auf 132 Seiten bietet er einen Überblick über rund 2000 Stiftungen.

▶ www.stiftungsfuehrer.de

Schweizer Stiftungsszene trifft sich

Das Hotel Schweizerhof in Luzern ist am 3. November Gastgeber des Schweizer Stiftungstag 2016. Die 28. Tagung von proFonds, dem Dachverband gemeinnütziger Stiftungen in der Schweiz, widmet sich aktuellen Entwicklungen im Stiftungs- und Gemeinnützigkeitsbereich. Die Teilnehmer können sich außerdem über die praktische Arbeit in Stiftungen und Vereinen informieren.

▶ www.profonds.org

Auszeichnung für Umweltschutz

Der rumänische Biologe und Naturschützer Gabriel Paun wird in diesem Jahr für sein Engagement zum Schutz der letzten europäischen Urwälder den EuroNatur-Preis erhalten. Paun ist Gründer der rumänischen Naturschutzorganisation Agent Green. Vor ihm wurden unter anderem schon Prinz Charles und Michail Gorbatschow mit der von der Naturschutzstiftung EuroNatur ausgelobten Auszeichnung geehrt.

▶ www.euronatur.org

Halbe Million für Flüchtlingshilfe

Mit dem Fonds "Auf Augenhöhe" stellt die Software AG-Stiftung zusammen mit 25 weiteren Partnern 500 000 Euro für die Integration Geflüchteter bereit. Geld aus dem Fonds erhalten Bürgerstiftungen aus ganz Deutschland, um sie in ihrem ehrenamtlichen Engagement zu unterstützen. In der Pilotphase nehmen zunächst zwölf Bürgerstiftungen teil, ab 2017 können sich dann alle Gütesiegel-Bürgerstiftungen und deren Partnerorganisationen bewerben.

▶ www.buergerstiftungen.org

Wichtige Themen

Bewegungsstiftung gibt 155 000 Euro für politische Protestaktionen

Die Bewegungsstiftung greift tief in den Geldbeutel, um vier Organisationen zu unterstützen, die sich dringenden aktuellen Problemen annehmen. Die größte Summe erhält mit 60000 Euro das transnationale Bündnis Afrique-Europe Interact, das Geflüchteten und Migranten zur Seite steht, die für ihr Recht auf Bewegungsfreiheit und Selbstbestimmung in ihren Heimatländern kämpfen. Der Verein Aktion Agrar, der sich das Thema Agrarwende auf die Fahnen geschrieben hat, kann sich über 55 000 Euro freuen. Gegen sexistische Werbung, Produkte und Medieninhalte mit Kindern setzt sich der Verein Pinkstinks ein. An ihn gehen 20 000 Euro. 19 800 Euro aus dem Fördertopf darf sich der Verein Adopt a Revolution nehmen. Er hilft Zivilisten, die in Syrien gegen das Assad-Regime kämpfen. Geschäftsführer Matthias Fiedler: "Damit fördern wir in Themenbereichen, die zu wichtig sind, um sie allein den Politikern zu überlassen."

▶ www.bewegungsstiftung.de



Diese Spendenquittung hat Gewicht.

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

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





des Dessau-Wörlitzer

Zukunft durch Wissenschaft

Wissenschaftsstiftungen spielen eine große Rolle für den menschlichen Fortschritt

Geht es um Grundlagenforschung im Bereich der Lebenswissenschaften, ziehen noch längst nicht alle Beteiligten an einem Strang. Bei der European Conference of Life Science Funders and Foundations saßen Stiftungen, Förderer und Wissenschaftler an einem Tisch.

Von ASTRID VON SOOSTEN

Dass die USA in allen Bereichen der Philanthropie Europa "vorausgaloppieren", gehört zu den "weißen Schimmeln" des dritten Sektors. Um den Anschluss an die "Rennpferde" zu halten, fand am 25. und 26. April am Europäischen Laboratorium für Molekularbiologie (EMBL) in Heidelberg die erste European Conference of Life Science Funders and Foundations statt, die im Mai mit dem Breakthrough Biomedical Philanthropy am Salk Institute in Kalifornien erstaunlicherweise eine Nachahmung in den USA erfuhr. Dies wäre an sich nur von untergeordneter Bedeutung, wenn sich darin nicht eine Wahrheit widerspiegelte, die sowohl hier wie jenseits des Atlantiks erst allmählich erkannt wird: Die Bedeutung der Förderung von Grundlagenforschung im Bereich der Lebenswissenschaften für die Zukunft der Menschheit

So haben sich in den USA sechs führende Wissenschaftsstiftungen erst kürzlich in der Science Philanthropy Alliance zusammengeschlossen, um mehr philanthropisches Momentum für die Förderung von Grundlagenforschung zu generieren und so mit einer sehr langfristigen Sicht den Vorsprung der Wissensgesellschaften zu sichern. Auch in Deutschland gibt es viele wissenschaftsfördernde Stiftungen, aber eine Allianz, die sich Großes vornehmen

Data, Cloud-Computing, Genomsequenzierung, Imaging-Technologien, 3-D-Druck von Organen und Crowd-Sourcing rückt die lebenswissenschaftliche Grundlagenforschung in Bereiche vor, die bis vor Kurzem kaum denkbar waren, und erklärt die Grundmechanismen alles Lebendigen, inklusive krankheitsverursachender Bakterien. Viren und Zellveränderungen mit einer für die medizinische Anwendung ungekannten Relevanz und kaum zu ermessenden Möglichkeiten. So erlauben große biologische Datenbanken, zum Beispiel das EMBL-EBI bei Cambridge, auf einer Open-Access-Plattform die Bereitstellung von Genomdaten, den dazugehörigen Bilddateien und den Vergleich von krankem und gesundem Gewebe, aber auch die exakte Klassifizierung von neuen Arten und Genen. Da die Daten nicht nur den "Eingeweihten", sondern jedem zur Verfügung stehen, können sich nun Wissenschaftler, Laien und Unternehmen gemeinsam 5/2016 | fundraiser-magazin.de

kann, gibt es bislang nicht. Mit Big

zum Beispiel dem Kampf gegen eine Epidemie widmen, wie es zuletzt beim jüngsten Ausbruch von Ebola der Fall war. Auch neue Methoden und Techniken, entwickelt in europäischen Vorzeigeeinrichtungen wie der Max-Planck-Gesellschaft mit Stefan Hell, der 2014 den Nobelpreis für Chemie bekam, oder der Universität Umeå mit Emanuelle Charpentier, die auf dem Gebiet der CRISPR/Cas9-Technik forschte, die das Herauslösen und Ersetzen von fehlerhafter DNA erlaubt, geben Anlass zur Zuversicht auf diesem Gebiet.

Die European Conference of Life Science Funders and Foundations, die von der Volkswagenstiftung, dem Wellcome Trust und dem EMBL gemeinsam organisiert wurde, hatte sich nun vorgenommen, auf dem Gebiet der zukunftsträchtigen Lebenswissenschaften einen Startschuss zu setzen und hat Grundlagenforscher, Systembiologen, Bioethiker, einen Non-Profit-Watchdog, private Förderer, wissenschaftsfördernde Stiftungen wie auch sozial-profit- und profit-orientierte Investoren zusammengebracht, um zu erarbeiten, wie dieser Hindernis-Parcours zu meistern wäre.

Dabei wurde klar, dass es vor allem gilt, die Bevölkerung besser zu informieren, Vorurteile abzubauen, die großen Chancen zu erkennen und zu verstehen, in welcher Weise alle Gruppen und jeder Einzelne zum Fortschritt beitragen können. Diese große und zentrale Aufgabe ist bei Weitem nicht erledigt, und gerade Stiftungen, die durch ihre Organisationsform besonders gut geeignet sind, langfristig zu wirken, könnten den Fortschritt durch Wissenschaft entscheidend voranbringen. Die erste European Conference of Life Science Funders and Foundations war ein Schritt in die richtige Richtung, und ihre Fortsetzung ist schon beschlossene Sache. 2018 ertönt das Signal zum Aufgalopp in die nächste Runde.



Astrid von Soosten ist Head of Development am European Molecular Biology Laboratory (EMBL) in Heidelberg. Bevor sie als Fundraiserin arbeitete, war sie im Verlagswesen tätig und engagierte sich in den USA als Vorsitzende des Elternbeirats und Mitglied des Vorstands in der Schule ihrer Kinder. Dort war Fundraising "Dauerzustand" und Pflicht für alle Vorstandsmitglieder.

In Amerika war von Soosten zuletzt als Fundraiserin an der University of California in Santa Cruz beschäftigt. Sie ist Mitglied im Vorstand des Deutschen Fundraisingverbands.

- www.embl.de
- www.sciencephilanthropyalliance.org

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

19. Jahrgang 2016, 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,–

Lernen Sie die S&S doch einmal unverbindlich kennen:





Auf Wissen vertrauen

Bestellungen bitte an den Buchhandel oder: Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG Genthiner Str. 30 G · 10785 Berlin · Tel. (030) 25 00 85-265 · Fax (030) 25 00 85-275 ESV@ESVmedien.de · www.ESV.info



Genug Kapital trotz Niedrigzinsen

Die Stiftung "Zukunft Spergau" blickt auch weiterhin positiv nach vorn

Mit "Stiftungsgründung rettet Steuereinnahmen vor Gemeindegebietsreform" betitelte das Fundraiser-Magazin in seiner Sommer-Ausgabe 2008 einen Artikel. Weiter heißt es da: "Spergau, eine kleine Stadt nahe Halle an der Saale, hat Geschichte geschrieben: Mit 30 Millionen Euro gründete das 1000-Seelen-Dorf eine kommunale Stiftung mit dem größten Barvermögen Sachsen-Anhalts." Was war passiert und wie geht es der Stiftung heute?

Von UTE NITZSCHE

Im Gewerbegebiet von Spergau, einem Ortsteil der Stadt Leuna, ist eine Raffinerie des Mineralöl-Riesen "Total" angesiedelt. Entsprechend hoch ist das Gewerbesteueraufkommen der kleinen Gemeinde; 65 Millionen Euro waren es allein im Jahr 2006. Als jedoch die Landesregierung eine Gemeindegebietsreform beschloss und Einheitsgemeinden bildete, hätte Spergau seine Einnahmen fortan mit fünf weiteren Gemeinden teilen müssen. Geld, das die kleine Ortschaft im Gebiet rund um die Industriestadt Leuna aufgrund der besonderen Belastungen, die die Fabriken der Chemiekonzerne mit sich bringen, dringend gebrauchen kann. Deshalb entschieden Gemeinderat und Bürgermeister auf Anraten eines Anwalts, kurzerhand eine Stiftung zu gründen und das Geld aus den Gewerbesteuerüberschüssen dort zu sichern. Als Stiftungszweck sind in der Satzung der offiziell im Dezember 2007 ins Leben gerufenen Stiftung "Zukunft Spergau" ausdrücklich die Förderung gemeinnütziger Projekte im Saalekreis, insbesondere im Ortsteil Spergau, aus den Bereichen Heimatpflege, Kultur, Brauchtum, Umwelt- und Naturschutz, Sport sowie der Jugend- und Altenpflege verankert. 30 Millionen – ein warmer Regen für Spergau und die gesamte Region.

2016 lesen sich die Zahlen wie folgt: 3,2 Millionen Euro Gesamtausschüttung, davon 1,3 Millionen allein für Projekte in Spergau. Dabei wird genau geprüft, welche Anträge den Stiftungszweck erfüllen und bewilligt werden können. Anträge aus Spergau selbst haben Vorrang, wobei das aber nicht bedeute, dass automatisch jeder aus Spergau, der einen Antrag stellt, auch Zuschüsse bekomme, wie Ria Henze, Vorstandsvorsitzende der Stiftung, betont. Der Vorstand sichtet zunächst alle Anträge, letztendlich entscheidet das Kuratorium über die Zu- oder Absage. "In den ersten Jahren wurden wir mit Anträgen überflutet, inzwischen hat es sich normalisiert. Obwohl wir immer noch viel mehr Anfragen bekommen, als bewilligt werden können", so Ria Henze. Anfangs führte die Stiftung drei Vergaberunden pro Jahr durch, seit 2012 ist es nur noch eine im März und eine im November, denn in den Sommermonaten flattern kaum Anträge ins Haus.

Ein wichtiges Kriterium für die Geldvergabe aus dem Fördertopf der Stiftung ist die Nachhaltigkeit der Projekte. Gern, so Henze, würden Projekte für Kinder unterstützt. Die Liste der Zuwendungsempfänger ist lang. Darauf finden sich kleine Vereine wie der Kröllwitzer Dorfverein und die Kleingartenanlage Leuna-Süd ebenso wie bekanntere Namen wie die Vereinigten Domstifter der berühmten Dome in Naumburg und Merseburg, der Paritätische Sachsen-Anhalt, der Caritasverband, der DRK Ortsverein Bad Dürrenberg oder der AWO Stadtverband Leuna. Vor allem Anträge von Kirchen kämen viele, sagt Henze. "Aber wir versuchen, die Gelder breit zu fächern und auch an kleine Vereine zu geben." Stolz ist man vor allem auf das Theater in Bad Lauchstädt, dessen Sanierung die Stiftung unterstützt hat. Außerdem wurde in Spergau ein Sportlerheim gebaut, das im Besitz der Stiftung ist und das von der ortsansässigen Sportgemeinschaft,

die auch die Betriebskosten übernimmt, und anderen Vereinen genutzt wird. Derzeit zehrt die Stiftung noch aus den Vorjahren, trotz des aktuellen Zinstiefs sei immer noch ausreichend Geld da. Vor allem in den Jahren 2008 und 2009 seien große Rücklagen gebildet worden, so Henze, die als selbstständige Unternehmerin in einem Metallbau-Betrieb in Spergau arbeitet. Aktives Fundraising betreibt die Stiftung nicht. Die fünf Vorstandsmitglieder und derzeit zwölf Mitglieder des Kuratoriums engagieren sich allesamt ehrenamtlich. Eine Sekretärin, die sieben Stunden in der Woche arbeitet, ist die einzige Angestellte der Stiftung.

Was ist für die Zukunft geplant? In nächster Zeit soll es laut Ria Henze erst einmal weitergehen wie bisher. Die Idee, Immobilien anzuschaffen, zum Beispiel um altersgerechtes Wohnen zu ermöglichen, hat man fürs Erste wieder verworfen. Die Gemeinnützigkeit solle auf keinen Fall gefährdet werden, betont die Vorstandsvorsitzende.

Und hat das Beispiel Spergau eigentlich Schule gemacht? Am Anfang seien einige Anrufe von anderen Gemeinden gekommen, die sich über die Möglichkeit einer Stiftungsgründung informieren wollten, erinnert sich Henze. Der anfängliche Groll vonseiten der Politik über den klugen Schachzug der kleinen Gemeinde sei auch schon lange verflogen. Im Frühjahr 2008 beschwerte sich Jens Bullerjahn, von 2006 bis 2011 Finanzminister von Sachsen-Anhalt, in der Mitteldeutschen Zeitung: "Das ist egoistisch und widerspricht dem Solidaritätsgedanken der kommunalen Familie." Inzwischen sind solche Diskussionen längst verstummt, da mehr Gelder in Projekte in der Region fließen als nach Spergau selbst. Knapp neun Jahre nach der Stiftungsgründung können die Initiatoren sicher sein, wohl alles richtig • gemacht zu haben.

www.stiftung-spergau.de



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

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

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

Creativ Software AG Unterdorfstrasse 83 CH - 9443 Widnau

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





Das sagen unsere Leserinnen und Leser ...

Geschichten des Scheiterns



Oua Amt lese ich natürlich in der Rubrik "Stiftung" zuerst, als nächstes geht es dann zu den "Köpfen", um zu schauen, wen ich noch nicht auf dem Schirm habe. Ich höre manchmal, dass die

Fundraiser vor mehr als zehn Jahren noch am Katzentisch des Stiftungswesens sitzen mussten und freue mich, was für ein vitaler, professionalisierter, selbstbewusster, kreativer und smarter Berufsstand daraus erwachsen ist Mein Wunsch-Lasst uns den Mut haben, mehr offene und ehrliche Geschichten des Scheiterns zu erzählen!

Katrin Kowark

Pressesprecherin Bundesverband Deutscher Stiftungen, Berlin

Keep up the quality



Fundraiser is a great source of insights, knowledge and concrete best practices offering the right mix of opinions, analysis & trends. EVPA has been pleased to be able to work with the magazine on

multiple research report launches and was happy to have the Fundraiser team at our 2014 annual conference in Berlin. The Fundraiser team knows their stuff. Keep up the quality and in-depth reporting!

Dr. Martin Vogelsang

EVPA Germany Country Representative, Berlin

Danke für hilfreichen Rat



Gern denke ich an die vielen schönen persönlichen Kontakte mit Menschen, für die Fundraising nicht nur ein Job ist - und die so offenherzig waren, für einen hilfreichen Rat auch mal

Danke zu sagen. Und dann an den tollen Erfolg meines Fundraising-Buches; ich werde laufend darauf angesprochen. Im Fundraiser-Magazin wünsche ich mir mehr Schweiz-spezifische Themen.

Geschäftsführer und Berater NonproCons, Basel

Viele Aspekte



Bei der Lektüre habe ich keine Präferenz. ich lasse mich von den immer wieder guten Artikeln überraschen. Ich freue mich, dass Online-Fundraising viele neue und spannende

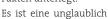
Möglichkeiten eröffnet und immer selbstverständlicher eingesetzt wird. Mein Wunsch an das Magazin: Natürlich mehr über Online-Fundraising, da gibt es viele Aspekte die noch beleuchtet werden müssen

Jürg Unterweger

Leiter Marketing & Verkauf RaiseNow AG, Zürich

Weiter so!





spannende "Szene", insbesondere die Entwicklungen hin zum Online Fundraising. Unser eigenes Spendentool - das BFS.Net-Tool XXL - verdeutlicht mir diese Entwicklungen: Jedes Jahr etwas Neues, und es bleibt spannend, wo die Reise noch hingehen wird. Ich freue mich weiterhin auf interessante Artikel zu diesem Thema, als hilfreichen Input für meine tägliche Arbeit – Vielen Dank dafür! Weiter so!

Saskia Himperich Marketing Referentin Bank für Sozialwirtschaft AG, Köln

Informativ



Ich wünsche mir, dass die nächsten zehn Jahre weiter so informativ bleiben wie die letzten zehn Jahre Gern denke ich an all die netten Menschen, die ich durch meine Tätigkeit im Fundraising-Umfeld in den vergangenen zehn Jahren kennen lernen durfte.

Christian Lang

Vertriebsleiter Benefit Informationssysteme AG, Mülheim an der Ruhr

Noch mehr Trends

Als Dienstleister blättere ich zuerst die Anzeigen durch, um zu sehen, ob alles richtig drin ist (und wer von den Mitbewerbern auch drin ist ;-). Wenn ich auf die Fundraising-Szene in



den letzten zehn Jahren zurückblicke, denke ich gern an jede neue Organisation, die sich für SEXTANT entschieden hat und uns damit hilft, der Branche ein wirklich gutes Tool zur Verfügung zu stellen. Im Fundraiser-Magazin wünsche ich mir noch mehr Trends, wohin sich die Szene in Zukunft bewegen wird, vor allem in Bezug auf neue Technologien, deren Auswirkung auf die Dienstleister und die dahinter liegenden Systeme der Organisationen.

Thomas Walther

Geschäftsführer ANT-Informatik AG. Zürich

Jenseits der Geldmittel

Die "Menschen-Beiträge" lese ich zuerst und am liebsten - weil sie der Fundraising-Szene ein Gesicht geben und die Innovationskraft des Sektors zeigen. Es ist ermutigend, manchmal



berührend zu erfahren, was diese Akteure antreibt. Konkret und hilfreich ist die Rubrik "Praxis & Erfahrung".

Sachspenden haben bei Fundraisern keinen guten Ruf: zuviel vom selben Produkt zum falschen Zeitpunkt, Probleme bei der Lagerung, Arbeit mit der Erstellung der Spendenquittungen. Muß nicht sein – seit 2013 stellt die gemeinnützige innatura Sachspenden bedarfsgerecht zur Verfügung und nimmt Gemeinnützigen Lagerhaltung und alle administrative Arbeit ab.

Für die Zukunft wünsche ich mir im Fundraising mehr Selbstbewußtsein: Wer Mittel einwirbt, sollte auch an der effizienten Mittelverwendung ein Interesse und Mitspracherecht haben. Im Fundraiser-Magazin: Beiträge jenseits des Einwerbens von Geldmitteln – wie können Fundraiser den Wirkungsgrad ihrer Organisation verbessern?

Dr. Juliane Kronen

Gründerin und Geschäftsführerin innatura gemeinnützige GmbH, Köln



Konkrete Beispiele



Inzwischen gibt es eine große Zahl von Publikationen zum Thema Spendenwerbung. Das Fundraiser-Magazin konsultiere ich gerne. Mir gefallen besonders die konkreten Beispiele und Erfahrungsberichte als

Grundlage für eine inhaltliche Auseinandersetzung. Die Anfänge der Spendenwerbung waren für unsere Organisation in den 90er Jahren geprägt von "Learning by doing". Aber sinkender RoI, mehr Teilnehmer im Spendenmarkt und immer bessere Werbung auch kleiner Organisationen haben das Fundraising zu einer professionellen Herausforderung gemacht. Es wird sich in den kommenden Jahren weiter verändern, insbesondere da der Kreis der klassischen Spender zurückgeht. Es wird zukünftig mehr um Marketing im grundlegenden Sinn gehen müssen, als nur um Verfeinerung vorhandener Fundraising-Techniken. Ich bin gespannt auf die Beträge hierzu im Magazin.

Thomas Becker

Leiter Fundraising und Marketing Don Bosco Mission, Bonn

Der mitgestaltende Begleiter



Meistens werde ich neugierig auf die Titelstory wenn ich den Umschlag anschaue. Danach interessiert mich, was sich in unserer Branche personell tut. Da ich aber diszipliniert bin, lese ich ganz

brav von vorne nach hinten durch (Redaktionelles und Anzeigen). Ich denke gern an die vielen, sehr verschiedenen Menschen, die ich in dieser Zeit kennen lernen durfte. Und die rasante Entwicklung: von der "blauen Zahlkarte" und bis hin zur ganz individuellen Spenderbetreuung. Ich freue mich auf die weitere Reise und hoffe, diese ein wenig mitgestalten zu können. Meine Wünsche - im Fundraising: die richtigen Zielgruppen mit dem richtigen Fundraising-Mix gewinnen, binden und jahrelang begleiten. Wie das Freunde eben so tun... Für das Magazin: Bitte bleibt weiterhin der orientierende, begleitende, mitgestaltende Begleiter für den Fundraisingmarkt.

Anja Raubinger

Geschäftsführerin van Acken Fundraising GmbH, Krefeld

Access to the Community

It is my go-to resource for up to date news about the sector, to understand our challenges from different perspectives and to celebrate our successes.



There is so much good practice and innovation in charities and associations of all sizes and missions, we can all learn so much from each other. Fundraiser-Magazin gives me access to the community to help achieve that.

My desire for the future: Keep innovating your format and activity on social sites, focus on technology as well as techniques for nurturing donors and developing fundraising relationships. Remind us of our regulatory responsibilities as fundraisers and of the good practice we should all be proud to sign up and deliver. Help us to manage change as best we can.

Steve Thomas

Chief Executive Purple Vision, Berlin /London

Die aktuelle Foto-Love-Story:

Geteilte Freude ist doppelte Freude

Neulich im Büro ...

kaum erwarten... das neue Fundraiser-Magazin kommt!

Hach, ich kann es

Ist der Süüüüüß!

Einige Zeit später...



schmacht

Kennst du schon das neue Orga-Abo vom Fundraiser-Magazin? Da bekommt ihr ein Paket mit 10 Magazinen direkt druckfrisch ins Büro.



Das will ich auch!



Wie ungerecht! Dagegen muss man doch was tun

> Behalten Sie immer die Kosten im Auge!





Clevere Sache! Aber bei uns im Verein kriegen sogar alle das Magazin nach Hause geschickt - ich musste nur die Adressen angeben. Den Rest machen die Leute vom Verlag.



Geld gespart haben wir auch noch!

Ich auch!

Ich auch!

Und ich muss nur 1 Rechnung buchen :-)) !

wächst

nicht auf

Bäumen.

Happy End!

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

Erfahrungswissen 2.0



Seit alle möglichen Informationen auf Knopfdruck abrufbar sind, ist klar: Es braucht mehr, um Probleme zu lösen. Implizites Wissen, das sich Experten im Laufe der Jahre angeeignet haben, stellt in der Arbeitswelt einen unterschätzten Wert dar. Beim Fach- und Führungskräftewechsel kann dieses Wissen kaum mit herkömmlichen Methoden des Wissensmanagements erfasst werden. Das Fahr-

radfahren erlernt man schließlich auch nicht durch Erklärungen, sondern durch Übung – wenig wunderlich, dass implizites Wissen auch dann große Bedeutung hat, wenn es um rein technische Angelegenheiten wie den Bau eines Lasers geht. Wie der Wissenstransfer bei Personalwechsel dennoch gelingt, beleuchten die Autoren mit interdisziplinären Ansätzen zwischen Betriebswirtschaft, Psychologie, Sozial- und Kommunikationswissenschaften. Dank jahrelanger Praxis und zahlreicher Beispiele kommt das theoretische Fundament in leicht verständlicher Form. Auch aus ökonomischer Perspektive ein wertvolles Buch.

Paul Stadelhofer

Christine Erlach, Wolfgang Orians, Ulrike Reisach. Wissenstransfer bei Fach- und Führungskräftewechsel – Erfahrungswissen erfassen und weitergeben. Carl Hanser Verlag. München 2013. 275 Seiten. ISBN: 978-3-446-43458-5. [D] 39,90 €, [A] 41,10 €, CHF 55,80.

Fremde Nachbarn



Seit den Terroranschlägen von Paris stehen Stadtviertel wie das Brüsseler Molenbeek wieder verstärkt als Orte im Fokus, an denen sich Parallelgesellschaften gebildet haben. Autor Marc Hill hat anhand des Stadtteils St. Ruprecht im österreichischen Klagenfurt untersucht, wie Stadtviertel, die von Migranten leben, marginalisiert,

also an den Rand der Gesellschaft gedrängt werden. Er geht ausgiebig auf den Begriff der Marginalisierung ein und möchte neue Perspektiven auf das Phänomen der Migration aufzeigen. Weiterhin hat er sich mit mehreren Bewohnern des Stadtteils getroffen und sie um Interviews gebeten, die einen großen Teil des Buches ausmachen. Dabei hat er interessante Erkenntnisse gewonnen, zum Beispiel die Tatsache, dass alle Bewohner des Stadtteils, egal welchen sozialen Status', vom schlechten Ruf des Viertels betroffen sind.

Ute Nitzsche

Marc Hill: Nach der Parallelgesellschaft. Neue Perspektiven auf Stadt und Migration. transcript Verlag. 2016. 248 Seiten. ISBN: 978-3-8376-3199-9. [D] $34.99 \in A$ [A] $36.00 \in A$ CHF 45.40.



Psychologie und Umwelt



Die menschliche Psyche und der Schutz der Umwelt: Sie sind kein Dream-Team. Dass die Psychologie aber einiges zum Umweltschutz beisteuern kann, zeigt dieses kompakte Handbuch mit praktischen Tipps. Beispielsweise zum Aufbau von Problembewusstsein, zur Förderung des Verantwortungsgefühls oder zur Stärkung des Glaubens an die eigene Wirksamkeit. Erfrischend,

dass die Autoren auch auf einige blinde Flecken der Klimadiskussion ein Auge werfen: Emotionen, Gewohnheiten, Intentionen und soziale Normen.

Durch die Handlungsempfehlungen und einfachen Erklärungen ist der Band auf jeden Fall auch für Laien und für Interessenten der Psychologie empfehlenswert. Nicht zuletzt bieten die Instrumente zur Einleitung von Verhaltensänderungen sowie zum Umgang mit Emotionen auch spannende Schnittstellen zur Kerntätigkeit von Fundraisern und zur Transformation unser aller persönlicher Verhaltensmuster.

Paul Stadelhofer

Karen Hamann, Anna Baumann, Daniel Löschinger. Psychologie im Umweltschutz – Handbuch zur Förderung nachhaltigen Handelns. Oekom Verlag. München 2016. 137 Seiten. ISBN: 978-3-86581-799-0. [D] 19,95 €, [A] 20,60 €, CHF 27,90.

Fremde Nachbarn



Der Deutsche Fundraising Verband und die Unternehmensberatung Roland Berger haben bereits die zweite Studie zum Fundraising in Krankenhäusern abgeschlossen. Sie zeigt, inwieweit Fundraising flächendeckend in deutschen Krankenhäusern eingesetzt wird und welche Ergebnisse sowie Erfolge das bringt: 60 Prozent der

Kliniken werben bereits um Spenden und durchschnittlich erzielen sie einen Return on Investment von mehr als 4:1. Die Einnahmen liegen bei rund 500000 Euro pro Klinik und das Engagement im Fundraising bietet den Einrichtungen darüber hinaus auch einen guten Ruf. Spannend: Die Studie bietet nicht nur einen Überblick, sondern zugleich auch praktische Handlungsempfehlungen und Analysen der bedeutendsten Erfolgsfaktoren fürs Fundraising in Kliniken. Grundlage der Studie ist eine Befragung von über 1000 Kliniken mit mehr als 100 Betten.

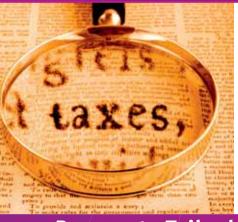
Paul Stadelhofer

Roland Berger/Deutscher Fundraising Verband (DFRV). Erfolgsmodell Fundraising – Zweite Deutsche Studie zum Thema Fundraising in deutschen Krankenhäusern. 2016. 51 Seiten. ISBN: 978-3-00-053569-7.[D] 20,00 € für Mitglieder des DFRV, 40,00 € für Nicht-Mitglieder des DFRV.



www.verbaendeseminare.de

Steuerliche und gesetzliche Veränderungen Risiken und Probleme rechtzeitig erkennen Gestaltungsspielräume nutzen



UPDATE: Steuerprobleme und -risiken der Gemeinnützigen

Im Fokus gemeinnützige Verbände, gGmbHs und Stiftungen

21. September 2016 in Stuttgart

Begrenzte Teilnehmerplätze! Melden Sie sich bitte rechtzeitig an.

D G V M





Klassiker der Fundraising-Fachliteratur

In den vergangenen zehn Jahren haben wir eine Vielzahl unterschiedlichster Bücher aus dem vielfältigen Bereich des Fundraisings vorgestellt. Einige von ihnen werden nach wie vor aufgelegt. Ohne eine direkte Wertung vornehmen zu wollen: Hier sind unsere Klassiker.



Wenn das "Who is who" der Fundraiser in Deutschland gemeinsam an einem Buch arbeitet, dann erwartet man den neuesten Kenntnisstand zum Fundraising und eine

allumfassende Darstellung, die alle Themenbereiche abdeckt. Und das tut die 5., komplett überarbeitete Auflage des Fundraising Handbuchs der Fundraising Akademie. Auf beachtlichen tausend Seiten und in zehn Kapiteln ist von den sozialanthropologischen Grundlagen des Fundraisings bis zum Online-Volunteering kein Thema ausgelassen. Neu hinzugekommen sind ein Kapitel über das Einwerben von Zeitspenden und ein Kapitel über das Berufsbild des Fundraisers. Einen großen Raum bekommen richtigerweise das Fundraising-Management und das strategische Fundraising, also die bewusste Markenbildung in Bezug zu einer definierten Zielgruppe.

Durch die Quellen- und Literaturhinweise am Ende jedes Kapitels bekommt das Handbuch einen enzyklopädischen Charakter, auch wenn die Herausgeber sich diesem Begriff verweigern. Dass die zahlreichen Autoren dem Werk in ihren jeweiligen Kapiteln ein wenig ihren Stil und ihre Handschrift aufdrücken, ist kein Nachteil, sondern typisch für ein enzyklopädisches Handbuch und belebt die Lektüre.

Rechnet man den Kaufpreis von 89,99 Euro auf eine Seite um, ist das Werk mit 9 Cent pro Seite nicht teuer. Es kann wohl schon mit seinem Erscheinen als die "Bibel der Fundraiser" bezeichnet werden und gehört nicht in den Bücherschrank, sondern direkt auf den Schreibtisch jedes Fundraisers.

Christian Gahrmann

Fundraising Akademie (Hrsg.). Fundraising. Handbuch für Grundlagen, Strategien und Methoden.
Springer Gabler. 5. Auflage. 2016. 1016 Seiten. ISBN: 978-3-658-07109-7. [D] 89,99 €, [A] 92,51 €, CHF 125,85.



Mit weniger als 200 Seiten passt das Fundraising-Handbuch von Barbara Crole eher in jede Handtasche als die "Fundraising-Bibel". Seit der ersten Aus-

gabe hat sich in den Details einiges geändert. Der Wegfall der Beispielfotos einzelner Mailings fällt dabei besonders ins Auge. Als ein Zeichen der Zeit gelesen werden kann möglicherweise die Tatsache, dass inzwischen das Kapitel über Telefon-Fundraising durch Online-Fundraising ersetzt worden ist.

Barbara Crole, Nina Crole-Rees Besson. Profi-Handbuch Fundraising. Walhalla Verlag. 3., aktualisierte Auflage. 2016. 152 Seiten. ISBN: 978-3-8029-7527-1. [D] 24,95 €, [A] 25,70 €, CHF 34.85.



Unschlagbar bleibt auch bis heute der handliche Begleiter von Nicole Fabisch. Ihr systematischer Zugriff auf das Thema Fundraising in sieben

einfach nachvollziehbaren Schritten ist gleichzeitig Starthilfe und Wegbegleiter für jede Form von Projekten. Das Kapitel über Hochschulfundraising und Fundraising im Gesundheitswesen zeigt die Spezifika eines jeweils konkretisierten Umfeldes auf und zeigt damit die Brücke von der Theorie zur Praxis.

Nicole Fabisch. Fundraising. Spenden, Sponsoring und mehr. Beck Verlag. 3. Auflage. 2013. 432 Seiten. ISBN: 978-3-4235-0933-6. [D] 19,90 \in , [A] 20,50 \in , CHF 27,80.



In den letzten Jahren ist das Thema Erbschaftsfundraising zusehends aus seiner tabuisierten Ecke heraus dorthin gerückt worden, wohin es gehört: neben alle anderen ethisch ver-

tretbaren Fundraising-Ideen. Dennoch wird sich wohl nichts daran ändern, dass vor allem in diesem Bereich der Aspekt der Ethik großgeschrieben wird. Fingerspitzengefühl und Langfristigkeit in den Strategien sind hier besonders gefragt. Das von Susanne Reuter herausgegebene Buch hat trotz jenes positiven sichtbaren Wandels im gesellschaftlichen Bewusstsein nichts an Aktualität verloren. Dafür sorgen auch die Ausführungen zum gesetzlichen Rahmen, die auf den neuesten Stand gebracht worden sind.

In der neuen Ausgabe gibt Susanne Reuter es aber ganz offen zu: Letztendlich war die Thematik des Erbschaftsfundraisings für sie "nur" ein Vehikel, in einem Fachbuch ihr "eigentliches" Anliegen zu vermitteln. Zum Zeitpunkt der Erstauflage (2007) galt sie als Expertin im Bereich der Legate. Begeistert war sie aber, darüber hinausgehend, vom Ansatz des systemischen Fundraisings. Egal, ob vor fast zehn Jahren noch falsche Bescheidenheit herrschte, das von Susanne Reuter gemeinsam mit Klaus Heil vom Fundraisingbüro des Bistums Hildesheim aufgebaute Zentrum für systemisches Fundraising lässt diesen Ansatz seit einigen Jahren tatsächlich Früchte tragen. So oder so ist es erfreulich, dass sich die Herausgeberin mit der neuen Ausgabe aus der Deckung gewagt hat. Dieses Buch ist schließlich alles andere als ein Grund, sich zu verstecken.

Rico Stehfest

Susanne Reuter (Hrsg). Erbschaftsfundraising. Mit Herzblut und Fingerspitzengefühl. Books on Demand. 2., überarbeitete Auflage. 2016. 228 Seiten. ISBN: 978-3-8391-4370-4. [D] 23,99 €, [A] 24,70 €, CHF 33,55.



Das sagen unsere Leserinnen und Leser...

Gute Kommentare



Das Fundraiser-Magazin ist eines der wenigen Hefte, welches ich mir chronologisch durchlese. Das spricht für den gut durchdachten Aufbau. Am liebsten lese ich die Kommentare der Redakteure zu bestimmten Fundraisingthemen. Die Kommentare geben dem Fundraiser-Magazin eine kritische Note, die ich sehr gut finde. Ich fände es wunderbar, das Fundraiser-Magazin einmal im Zeitschriftenhandel zu entdecken. Aus wirtschaftlichen Gründen und von der überschaubaren Zielgruppe her ist

das natürlich unrealistisch, vielleicht gelingt es aber mit einer thematischen Akzenterweiterung in Richtung Philantrophie und weiteren Themen, die sich auch an Spender*innen richten. So etwas gibt es noch nicht in Deutschland, ein Werbemagazin für Spenden!

Michael Türk

Referent für Unternehmenskooperationen, Brot für die Welt, Berlin

Fallbeispiele zu Kampagnen

Ich finde es spannend, als Externer zu beobachten, wie sich die Fundraisier als Berufsgruppe entwickeln. Im Magazin lese ich zuerst die Kurznachrichten und dann die Interviews. Zukünftig wünsche ich mir noch mehr Beiträge und Fallbeispiele zu erfolgreichen Kampagnen – dabei aber berücksichtigen, dass es nicht nur die großen NPOs gibt, sondern auch viele kleine, die andere Mittel und Methoden brauchen.



Prof. Dr. Georg von Schnurbein

Direktor Center for Philanthropy Studies (CEPS), Universität Basel

Neuigkeiten aus der Branche



Ich freue mich sehr, wie die Zeitschrift, ebenso wie die Szene, gewachsen ist. Die Szene hat sich professionalisiert und ist selbstbewusster geworden. Sie hat Berufsethos, ein Selbstverständnis und ein Zusammengehörigkeitsgefühl entwickelt. Am liebsten lese ich im Fundraiser-Magazin die Rubriken Spektrum/Projekte/Menschen gleich am Anfang des Heftes, weil ich hier aktuelle, wichtige Neuigkeiten aus der Branche erfahre.

Ulrike Philipp, Referentin Projektförderung missio, München

Mehr Aufmerksamkeit



Die Fundraising-Szene lebt vom Austausch. Und trotz aller Rivalität wird dieser von sehr vielen gepflegt und wertgeschätzt. Das Fundraiser-Magazin hat hier lebhaften Anteil, auch durch die von ihm veranstalteten Fundraisingtage. Gerade die Einzelkämpfer/innen vor Ort profitieren enorm! Vielleicht schafft es das Fundraiser-Magazin ja doch noch und wird zum Mitgliedermagazin des Deutschen Fundraising Verbandes, vielleicht mit einer kleinen Verbandsbeilage innen. Das könnte beide Seiten befruchten und brächte dem DFRV mehr Aufmerksamkeit.

Kai Dörfner Leiter Kommunikation – Freunde und Förderer, Evangelische Gesellschaft Stuttgart

Kompakte Dossiers



Die Sonderhefte und Dossiers finde ich gut, das sind kompakte Informationen zu einem Schwerpunktthema. Diese nutze ich, wenn ich das Thema fachlich benötige. Woran denke ich gern, wenn ich auf die Fundraising-"Szene" in den letzten zehn Jahren zurückblicke? Die Professionalisierung des Fundraisings

im Bereich Gesundheitswesen. Am Beispiel der Kliniken wird dies deutlich: Vor zehn Jahren gab es nur wenige Krankenhäuser, die Fundraising professionell betrieben haben. Aktuell sind es über 60 Prozent – das belegt die neueste Studie zum Fundraising in Kliniken. Das ist eine tolle Entwicklung.

Mein Wunsch für die Zukunft: Mehr über den Tellerrand hinausschauen! Mehr Informationen über die großen Trends im Brand Building, im klassischen Marketing und der PR, die auf Fundraising übertragbar sind. Und der Blick in Länder, wo Fundraising bereits weiter ist als in Deutschland, mit Berichten über deren Best Practice sowie Do's and Don'ts.

Birgit Stumpf

Geschäftsführerin B. Stumpf Fundraising, Frankfurt am Main, und ehrenamtlich: Leiterin der Fachgruppe Gesundheitswesen des Deutschen Fundraising Verbandes e.V.

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



Fragebogen: Birgit Rubbert hat Träume,



Birgit Rubbert ist eine der ersten Abonnentinnen des Fundraiser-Magazins und seit 2006 treue Leserin. Sie hat den Chamäleon Stralsund e. V. mit erdacht, einen psychosozialen Verein zur Beratung und Betreuung von HIV-positiven und drogenabhängigen Menschen. Sie war wesentlich am Aufbau des Vereins beteiligt und opferte dafür viel Zeit, auch oft zu Ungunsten ihres Kindes, aber immer mit dem Ziel, etwas für junge Menschen, die in problematischen Verhältnissen leben, aufzubauen. Impulsiv, oft zu spontan wurde sie mit zunehmenden Jahren immer entspannter, war aber dennoch zielstrebig und motiviert, Situationen zu meistern. Sie lernte auch, dass sich manche Dinge von selbst erledigen.

Sie lebt in einer langjährigen glücklichen Beziehung und in einer wunderbaren Familie. Mittlerweile war sie in nahezu allen Ländern Europas zu Gast und hat immer noch Träume und Ideen für nächste Ziele. Sie genießt das Leben, liebt ihre Autos, ihr Haus und den Kontakt zu den Menschen, die in ihren Ferienwohnungen im eigenen Haus zu Gast sind.

Wollen auch Sie diesen Fragebogen ausfüllen?

Dann senden Sie bitte 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.

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

... mit einem guten, entspannten Frühstück. Dafür stehe ich gern eine Stunde früher auf.

2. Was wollten Sie als Kind werden?

Stewardess oder Reisebegleiterin, um die Welt kennenlernen zu können.

3. Was würden Sie als Unwort des Jahres vorschlagen?

Brexit

4. Welches politische Projekt würden Sie gern beschleunigen?

Die tatsächliche Integration von willigen Ausländern und die tatsächliche Abschiebung von Menschen, die sich den hiesigen Gegebenheiten nicht anpassen wollen, indem sie sich beispielsweise der deutschen Sprache verweigern.

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

Ein Grundstück von 10 000 Quadratmetern oder eine Schlossruine für 1 DM kaufen und mir dann überlegen, was ich damit umsetzen möchte.

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

Meiner Mutter, weil sie trotz eigener anstrengender Tätigkeit als Kinderkrankenschwester in einer ambulanten Praxis die Muße hatte, sich um ihre Familie zu kümmern, regelmäßig ihre Mutter im Pflegeheim besuchte, dort mit im Heimbeirat war und immer, und ich betone immer, ein offenes Ohr für andere Menschen hat. Sie war und ist oft Schlichterin und sieht immer, dass etwas Positives auf jeden Menschen wartet.

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

Tu Gutes und sprich darüber, wenn im Himmel ein Platz für dich reserviert werden soll.

Ideen und Ziele

8. Wer ist für Sie ein Held?

Frauen und Männer, die etwas für andere Menschen opfern, was sie selbst gern behalten, erlebt oder weitergeführt hätten.

9. Wo hätten Sie gern Ihren Zweitwohnsitz?

Ich brauche keinen Zweitwohnsitz, da mein Zuhause mit Grundstück schon einen Zweitwohnsitz darstellt.

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

Nichts. Gerade an meiner Masterarbeit schreiben, sonst mich mit Freunden oder Bekannten treffen, Dokumentationen auf Netflix schauen, im Internet surfen, ich möchte demnächst meinen eigenen Blog beginnen, Kulturveranstaltungen in der hiesigen Region, gern am Strand, besuchen, meinen Sohn mit meiner Anwesenheit in Offenbach beglücken...

11. Worüber können Sie lachen?

Über mich selbst und über Witze mit Esprit.

12. Welche Fehler entschuldigen Sie am ehesten?

Die, die von den Menschen in bester Absicht passieren, und die, zu denen Menschen stehen und daraus lernen wollen.

13. Was war früher besser?

Was heißt früher? Es gab nicht so ein Konsumüberangebot an allem, keine terroristischen Bedrohungen. Stattdessen waren in vielen Bereichen klare Strukturen vorhanden, die Welt drehte sich gefühlt langsamer, dafür im Miteinander intensiver. Und die Frage: "Wo bist du gerade?" gab es auch nicht.

14. Was sollte über Sie im Lexikon stehen?

Sie war immer daran interessiert, sich weiterzuentwickeln und den nächsten Generationen Werte mitzugeben wie: Wenn etwas nicht klappt wie erwünscht, ist das nicht schlimm, dann fällt dir eine andere Lösung ein.

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

... eine freiwillige, bewusste, vom Inneren gewollte Gabe, die für einen vom Spender erwünschten Zweck eingesetzt wird.



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



Nachwuchs-Hellseher Fabian F. Fröhlich blickt in die Zukunft



Der Weltraum, unendliche Weiten, wir schreiben das Jahr 2026 ... Chefredakteur Fabian F. Fröhlich genießt eine Zigarette auf der Dachterrasse des Verlagshochhauses. Soeben bringt die blonde Sekretärin mit den langen roten Haaren den Morgenkaffee: schwarz mit zwei Stück Zucker wie eh und je, bei solchen Dingen legt der Chef Wert auf Tradition. Das Frühstück ist wie immer vom Feinsten. Seit Fabian hier im Verlag das Sagen hat, wurde erheblich in Bindungsmaßnahmen für Führungskräfte investiert. Der Chef erhebt sich aus dem Liegestuhl und schlendert zum Pool. Schnell noch eine Runde schwimmen, bevor das Meeting mit den Redakteuren aus den unteren Etagen...

"So war das aber nicht gemeint", meutern die Kollegen. "Der Auftrag ist, über die Zukunft des Fundraisings zu schreiben!" Boah diese Spielverderber! Ehrlich jetzt? Hhmmm. Na gut.

Der Weltraum, unendliche Weiten, wir schreiben das Jahr 2026 ... Im Newsroom der Redaktion kommen die Meldungen rein:

+++ Europäischer NGO-Verband feiert Spenden-Rekord +++ Vor fünf Jahren ging die App "Robin" europaweit an den Start. Verbraucher spenden beim täglichen Einkauf anonym für Mitglieds-Organisationen des Verbandes. Schon jeder zweite erwachsene Europäer nutzt diese App.

+++ Parship-Know-how für NGOs +++ Seit das bedingungslose Grundeinkommen eingeführt wurde, erleben Vereine einen wahren Ansturm von Freiwilligen. Zwar hat Google einen Algorithmus entwickelt, wie Personen passgenau zu ihrem Freizeit-, Informations- und Einkaufsverhalten mit NGOs gematcht werden. Doch das funktioniert noch nicht hundertprozentig – Grund: der Störfaktor Mensch! Partnervermittlungen sehen hier das Geschäftsfeld der Zukunft.

+++ 100 000 neue Fundraiser in Deutschland +++ Nach der Steuerrechtsreform passt die Steuererklärung nun tatsächlich auf den Bierdeckel. Die Bundesregierung legt daraufhin das größte Umschulungsprogramm seit Hartz IV vor. Nicht mehr benötigte Steuerberater werden zu Fundraisern qualifiziert. Alte Kontakte zu Vermögenden sollen den erfolgreichen Berufseinstieg erleichtern.

+++ Anonymer Großspender finanziert Tierheime auf dem Mars +++

"Ist gut nun, Fabian", sagt die Chefin und zieht die Augenbrauen hoch. Mist, mein Kaffee ist kalt geworden. Aber dafür nehme ich spontan den Nachmittag frei und gehe ins Schwimmbad. Denn die Zukunft beginnt genau jetzt.

Ausgabe 6/2016 erscheint am 14. November 2016 u.a. mit diesen Themen

- · Fundraising -Jahresplanung
- · Events und Auktionen
- · Personalisierte Videos
- ... und natürlich die Themen, die Sie uns schicken an redaktion@fundraiser-magazin.de

Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 6/2016, die am 14.11.2016 erscheint, ist der 26.09.2016.

ISSN 1867-0563 - 11. Jahrgang



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:

verlag, Frodunion, Verlinee Fundraiser-Magazin GbR, Altlockwitz 19, 01257 Dresden, ver-lag@fundraiser-magazin.de, www.fundraiser-magazin.de

Redaktionsleitung:Daniela Münster (v.i.S.d.P.)
redaktion@fundraiser-magazin.de
Telefon: +49 (o)351 87627-70, Fax: -79

Schweiz-Korrespondent:

Jan Uekermann, jan.uekermann@fundraiser-magazin.ch

Anzeigen-Werbung: matthias.daberstiel@fundraiser-magazin.de

(verantwortlich), Telefon: +49 (0)351 87627-80, Fax: +49 (0)351 87627-79 Es gilt Anzeigenpreisliste Nr. 9 vom 1.1.2016

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. Nachdruckauch auszugsweise – nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Verlages. Anzeigen- und Redaktionsschluss für die Ausgabe 6/2016, die am 14.11.2016 erscheint, ist der 26.09.2016.

Fotonachweise:

Fotonachweise:

Titelbild: AdobeStock@Yuri Shevtsov | C/L@photocase.com | Montage: Udo Lehner, AdobeStock@ttt (scheitern), S. 3: Udo Lehner, S. 6: AdobeStock@mapoli-photo, S. 6: Daniela Münster (paberstiel), S. 7: AdobeStock@mapoli-photo, S. 6: Daniela Münster (paberstiel), S. 7: AdobeStock@ttt, S. 8: Paul Stadelhofer (kreuzer), S. 9: Nina Crole-Rees (crole-Rees), Jens Schulze (schiemera), S. 10: AdobeStock@luismolinero (links oben), udra11@fotolia.com (rechts oben), Lamica@fotolia, S. 12/14: Haufe-umantis AG, S. 16: AdobeStock@arrow (rwitter-Vogel), oza@fotolia (Prohilch), S. 18: Tom Daberstiel (Münster & Daberstiel), S. 21: Ute Nitzsche (Jahn), S. 24: Matthias Schmelz (a), S. 25: Harry Soremski (Silber punk), S. 26: Rendel Freuder (Posten) Martin Kimpel (Signer-Heidemann) Nitzsche (Jahn), S. 24: Matthias Schmelz (a), S. 25: Harry Soremski (Silber Druck), S. 26: Rendel Freude (Doktor), Martin Kimpel (Sievert-Heidemann), S. 27: Ute Schirmack (Biomei, S. 28: AdobeStock@rh2010, S. 30: Seidel/SMGI (Iniks oben), Daniela Münster (Siehfest), S. 32: Stefan Obermeier (Undemann), S. 33: Beate Knappe (Schneider), Conni Winkler (voli), S. 36: AdobeStock@Fotoimpressionen, S. 38: Darko Tensek (Riock), S. 40: Heinz Altoffer (Tokar), Jan Braun (Piemonte), Hermann Bredehorst/ Brot für die Welt (Hoffmann), S. 41: Joel Sheakoski (Traeumicht), AdobeStock@eveleenoor (Avatar), Laurin Schmid/WWF (von Massow), Kuratorium Deutsche Altershilfe/bos (Ineppe), Zeidler/Volkssolidarität (Sauet), S. 48: Dommink Münich (Inuks), S. 49: Kai Karaich, S. 50: NIShop@ fotolia.com, S. 52: Petra Diehl (uniter), fundango GmbH (Zerell/Janssen), S. 53: Sfefano Chiolo (Rottmann), VBIGL, fotografie (Buchs-Mischkulng), Maik Meid (Bensplexmann), Chistian Kaufels (Beeche), S. 54: Olivet-Ming, Maik 5.53: Stefano Chiolo (Flotmann), VEIGL, Jotografie (Buchs-Mischkuling), Maik Medi (Benspletmann), Chistian Kaufels (Beeker), S.4: Olderen, Uniter Uhrig, S.6: AdobeStock@Rawpixel.com, S.58: AdobeStock@Brigitte Bonaposta, S.59: AdobeStock@Monkey Business, S. 60: Christoph Kellner, S. 62: AdobeStock@denisismagillov, S. 64: Ludwig Schedl (Steinmayer), S. 65: Manuel Boerner (Stemmler-Benz), S. 66: AdobeStock@Elena Schweitzer, S. 62: Roskilsberger, S. 63: AdobeStock@Elena Schweitzer, S. 62: Roskilsberger, S. 64: AdobeStock@Elena Schweitzer, S. 62: Roskilsberger, S. 64: Edistrum Musik/(ODBI). S. 70: Freilichtmuseum am Kiekeberg, S. 74: Felix von Muralt/CORRIS (Bakker), Alexander Krause (Kindler), Archiv der Stadt Oberursel (Mül-| Intelled | S. 76 | Joerg Mohr/Sattsfiction media gmbh (a), Sarah Kunath (Nitzsche), S. 78 | AdobeStock@taim; S. 79 | Jim MacKenzie (von Soosten), S. 82 | Timon Kronenberg/Bundesverband Deutscher Stiftungen (Kowark), S. 83 | Raoul Kowolik/Don Bosco Mission Bonn (Becken), S. 87 | Hermann Bredehorst (Türk), Oliver Hochstrasser (von Schnurbein), S. 90 oza@fotolia, alle anderen PR / Archiv / privat

In Zusammenarbeit mit der





Referenzen:

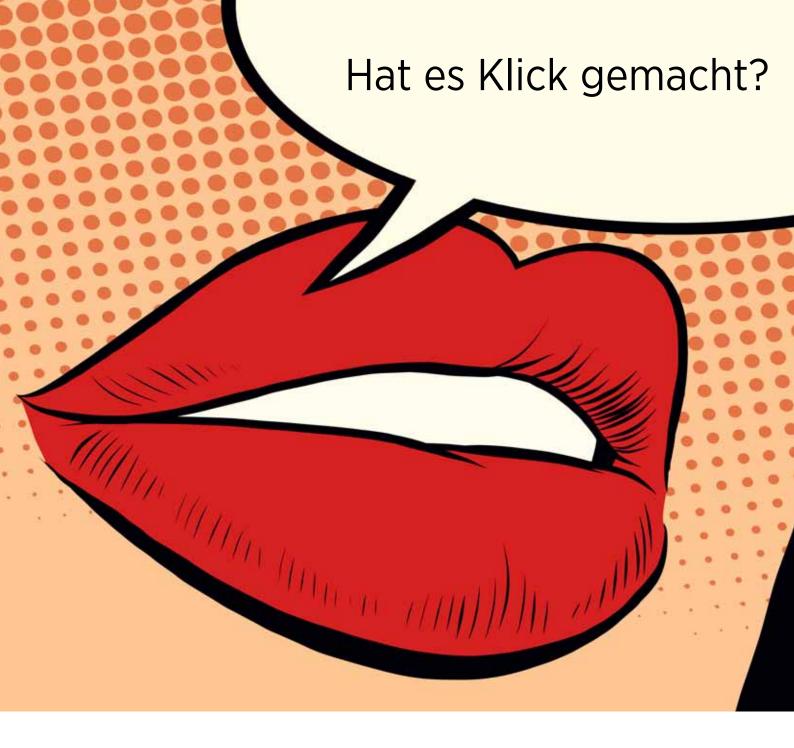












Liebe auf den ersten Klick.

Optimieren Sie Ihr E-Mail-Marketing mit adfinitas.

Dialogmarketing wird immer wichtiger – gerade auch online: Wir erstellen für Sie aktuelle Newsletter, ansprechende Welcome-Packages, überzeugende Spenden-Mailings sowie bewegende Emergency-, Geburtstags- und Weihnachts-E-Mails. So erzielen Sie hohe Klickraten und öffnen die Herzen Ihrer Spender.

